

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



**APRUEBA MODIFICACIÓN DE CONVENIO DE  
DESEMPEÑO COLECTIVO AÑO 2017 DEL  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

SANTIAGO, 12 JUL 2017

RESOLUCIÓN EXENTA N° 00880

**VISTO:** Lo dispuesto en el Título VI de la Ley N° 19.496, que establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 19.553, que concede asignación de modernización y otros beneficios que indica; el Decreto Supremo N° 983, que aprueba reglamento para la aplicación de incremento por desempeño colectivo del artículo 7° de la Ley N° 19.553; el Decreto Supremo 283 de 2014, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que nombra a don Ernesto Muñoz Lamartine como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor; y la Resolución N° 1.600 de 2008, de la Contraloría General de la República.

**CONSIDERANDO:**

1° Que, por Resolución Exenta N° 1543/2016, este Servicio formalizó con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, el Convenio de Desempeño Colectivo para la realización de los Objetivos Estratégicos del SERNAC año 2017.

2° Que, mediante Oficio Ord. N° 11050 de fecha 11 de junio 2017, el Servicio Nacional del Consumidor, solicitó al Sr. Ministro de Economía, Fomento y Turismo, la modificación de alguna de las metas contenidas en el citado Convenio de Desempeño Colectivo 2017.

3° Que, mediante Oficio Ord. N° 3789, de fecha 19 de junio 2017, el Sr. Ministro de Economía, Fomento y Turismo aprobó la solicitud de modificación del Convenio de Desempeño Colectivo para la realización de los Objetivos Estratégicos de SERNAC año 2017, en los términos propuestos por este Servicio.

4° Las facultades que la Ley otorga al Director Nacional.

**RESUELVO:**

1° **APRUEBASE** la modificación al Convenio de Desempeño Colectivo para la realización de los Objetivos Estratégicos de SERNAC año 2017, en los términos propuestos por este Servicio Nacional del Consumidor mediante Oficio Ord. N° 11050/ 2017 y aprobadas por el Sr. Ministro de Economía, Fomento y Turismo, mediante Oficio Ord. N° 3789/ 2017 de fecha 19 de junio 2017.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**2° TÉNGANSE** por incorporadas al Convenio de Desempeño Colectivo año 2017, las modificaciones referidas en el numeral 1 del resuelvo, cuyo texto refundido se transcribe a continuación:

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Dirección Nacional

Encargado: FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS

### **INTEGRANTES:**

AMADOR RODRIGO GALVEZ DONOSO  
ANGELINA CARTES CARTES  
CAROLINA ANDREA GAJARDO YAÑEZ  
CATALINA ANDREA ALVAREZ LEYTON  
CATALINA ANDREA HUIDOBRO TÖRNVALL  
DIEGO HORACIO ESPINOZA GALAZ  
FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS  
FRANCINE CORRIALES UGALDE  
FRANCISCA RIVERA PIZARRO  
IGNACIO ALBERTO SOTO CASTRO  
JOCELYN PATRICIA PINO ARAYA  
JOHANNA CAROLINE MADARIAGA VALENZUELA  
JOSE MIGUEL DIAZ DIAZ  
LESLIE VANESSA ABARCA AGUILERA  
MARCIA LOAYZA MONDACA  
MARGARITA MARIA MORALES CAYUPI  
MARIA ISABEL GACITUA MORIS  
MARIA LORETO GONZALEZ LAZO  
MARIA SOLEDAD PADRUNO CASTAÑEDA  
MARIO ALFREDO BECKER CARES  
MAURICIO JAVIER MORA MONTECINOS  
PAULA MENDOZA GONZALEZ  
PEDRO ENRIQUE FLORES ROMERO  
ROBERTO DANIEL ZEREGA GONZALEZ  
RODRIGO ANDRES MATELUNA ESTAY  
ROXANA PAILLALEF PAILLALEF  
SEBASTIAN BERNABE PIÑA NUÑEZ  
TERESA JACQUELINE COFRE MUÑOZ  
TRINIDAD UNDURRAGA VICUÑA  
VERONICA PALMA CONTRERAS

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% de cumplimiento del Plan de Relacionamiento de la Dirección Nacional en el año t</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficiencia
Indicador:	Porcentaje de cumplimiento del Plan de Relacionamiento Institucional aprobado por el Director Nacional en el año t.
Base de cálculo:	$(\text{Número de acciones del Plan de Relacionamiento Institucional implementado en el año t} / \text{Total de acciones contenidas en el Plan de Relacionamiento Institucional del año t}) * 100$
Medio de verificación:	A) Plan de Relacionamiento Institucional año t aprobado por el Director Nacional B) Medios de verificación que dan cuenta de la realización de las acciones contenidas en el Plan C) Reportes de avance para el segundo y tercer trimestre del año t D) Reporte de Cumplimiento Final del Plan de Relacionamiento Institucional
Ponderador:	25,00
Responsable:	FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El Plan de Relacionamiento Institucional tiene por objeto ampliar la red de cobertura del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, mediante una serie de acciones de coordinación y relacionamiento con Instituciones nacional y extranjeras, cuya naturaleza esté vinculada a la protección del consumidor y/o vigilancia de los mercados. Las acciones contenidas en el Plan, podrán derivar en convenios, medidas de trabajo, fortalecer contactos, retroalimentación de información, entre otras.</li><li>2. El Plan de Relacionamiento indicará las acciones a implementar así como los medios de verificación que darán cuenta de su realización.</li><li>3. El Plan de Relacionamiento Institucional deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer semestre del año t. Sin embargo, podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** **4 Reportes de Gestión por Proceso con el resultado del nivel de actividad de los indicadores de producto de la Institución.**

Producto estratégico: Información, educación, protección y participación ciudadana.

Objetivo estratégico: 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.

Dimensión: Eficacia

Indicador: Número Reportes de Gestión por Proceso proporcionados a la dirección nacional con el resultado del nivel de actividad alcanzado por la Institución, a través de la medición de los indicadores de producto a cargo de los distintos centros de responsabilidad de la línea de Negocio de Sernac.

Base de cálculo: Sumatoria de Reportes de Gestión por Proceso dispuestos al Director Nacional.

Medio de verificación: A) Reportes presentados al Director Nacional.  
B) Acta de reunión en la cual se presenta el informe y se analizan los resultados del trimestre.

Ponderador: 25,00

Responsable: FRANCINE CORRIALES UGALDE

Nota explicativa: 1) Los Reportes de Gestión por Proceso, contendrán información de los resultados obtenidos por los indicadores de productos y resultado, que permitirá evaluar el desempeño del nivel de actividad alcanzado por la Institución en la generación de sus productos y servicios en la línea de los procesos asociados a protección, educación, información y participación.  
2) El Reporte, contendrá tanto indicadores de producto como de resultado, en el ámbito de la protección, educación e Información.  
3) El Reporte, presentará el resultado de los indicadores por centro de responsabilidad.  
4) Los centros de responsabilidad involucrados serán aquellos que generan productos de protección, educación e Información.

**Meta:** **80% de cumplimiento de la Agenda crítica de control de Fiscalía administrativa y Auditoría Interna**

Producto estratégico: Información, educación, protección y participación ciudadana.

Objetivo estratégico: 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.

Dimensión: Eficiencia

Indicador: Porcentaje de cumplimiento de la Agenda crítica de control de Fiscalía administrativa y Auditoría Interna.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Base de cálculo:  $(N^{\circ} \text{ de actividades implementadas de la Agenda crítica de control en el año } t / N^{\circ} \text{ de actividades planificadas en la Agenda crítica de control para el año } t) * 100$

Medio de verificación: A) Diagnóstico de necesidades de control/intervención de FA y AI.  
B) Agenda crítica de control aprobada por Director Nacional.  
C) Evidencia de la implementación de acciones.  
D) Reporte de avance segundo y tercer trimestre año t.  
E) Reporte final de implementación.

Ponderador: 25,00

Responsable: VERONICA PALMA CONTRERAS

Nota explicativa: 1. La Agenda Crítica comprende una fijación de áreas temáticas tendiente a disminuir brechas control interno, de interés del director nacional, mediante las cuales se fijarán acciones concretas a desarrollar durante el año t.  
2. Diagnóstico y Agenda crítica de control (visada por DN) serán definidos a más tardar a 30 de mayo 2017, sin embargo, éstos podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.  
3. Los medios de verificación de las acciones de la agenda crítica de control serán proporcionados conforme a las iniciativas abordadas durante el período, e identificados en los reportes de avance y final, según corresponda.

**Meta:** **60 % de acciones implementadas derivadas del monitoreo de las redes sociales del Servicio o de los informes de satisfacción de campañas u otras fuentes de información.**

Producto estratégico: Información, educación, protección y participación ciudadana.

Objetivo estratégico: 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.

Dimensión: Calidad del Servicio

Indicador: Porcentaje de acciones implementadas derivadas del monitoreo de las redes sociales del Servicio o de los informes de satisfacción de campañas u otras fuentes de información,

Base de cálculo:  $(\text{Número de acciones implementadas en el año } t / \text{Total de acciones contenidas en el Plan de Acción validado por el director nacional para el año } t) * 100.$

Medio de verificación: A) Reporte de Monitoreo de comunicaciones estratégicas  
B) Plan de Acción de Medidas validado por el director nacional.  
C) Medios de Verificación que dan cuenta de la implementación de las acciones contenidas en el Plan  
D) Reportes de avance segundo y tercer trimestre  
E) Reporte de cumplimiento final

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Ponderador: 25,00

Responsable: CATALINA ANDREA HUIDOBRO TÖRNVALL

Nota explicativa:

1. El reporte de monitoreo se realizará a partir del análisis del monitoreo de redes sociales y otras fuentes de información relativa a las comunicaciones del Servicio, todo debidamente señalado en el mismo.
2. El análisis será presentado a la dirección para su revisión y validación, quedando en el Plan de Acción las medidas prorizadas por el Director Nacional.
3. La acción a implementar será definida por la dirección nacional tras la revisión de diversos factores como viabilidad, presupuesto, etc.
4. La acción a implementar podrá ser, por ejemplo, mejoras comunicacionales (sitio web, contenidos en redes sociales, contenidos en campañas, folletería, entre otros) o mejoras en otros productos del Servicio.
5. Esta meta estará sujeta a que el monitoreo arroje un diagnóstico que permita levantar acciones a implementar.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección Desarrollo Institucional

Encargado: ANA MARIA BECERRA PUEBLA

### **INTEGRANTES:**

ALEJANDRO SALAZAR CONTRERAS  
ALVARO NUÑEZ REBOLLEDO  
ANA MARIA BECERRA PUEBLA  
BETZABET LISONI CORNEJO  
CAMILO PEÑALOZA ASTUDILLO  
CESAR EDUARDO ARAYA VARGAS  
CESAR EDUARDO MONSALVE MONTECINOS  
CLAUDIO ESTEBAN SALVATIERRA ARC AYA  
CLAUDIO RAUL LEPIN MENA  
CRISTIAN IGOR ORTEGA LAGOS  
CRISTIAN MARCELO PINTO MIRANDA  
ELIZABETH ALONDRA SUTHERLAND JARA  
EMILIA ROSA LOPEZ CIFUENTES  
EXEQUIEL NAVARRO TELLO  
FABIOLA ESPINDOLA SILVA  
FELIPE ALEJANDRO VELASQUEZ SOLIS  
FELIPE ANDRES FLORES CARTES  
FRANCISCO JAVIER BUSTAMANTE VERA  
GUILLERMO RAYO ARAVENA  
HECTOR MANUEL VIELMA LAGOS  
ISABEL CRISTINA HENRIQUEZ LOPEZ  
JORGE GUILLERMO GONZALEZ MATTHIES  
JOSE FELIPE VIDAL PEÑALOZA  
JUAN ALBERTO RIQUELME NUÑEZ  
JUANA ANDREA RAMIREZ HERRERA  
JUDITH FRACZINET CRISTI  
KAREN NATALIA PLAZA ROSALES  
KARINA AVENDAÑO SANTANA  
KARINA SOLEDAD SEPULVEDA ROMEO  
KATYA SOLEDAD MONCADA GONZALEZ  
LORETO VICTORIA GARCIA SALAS  
MANFREDO ANDRÉS MOLINA CABEZAS  
MARCELA GABY GUZMAN LIMARI  
MARGARITA MARIA CABEZAS CABEZAS  
MARIA BERTA PEÑALOZA VELASQUEZ  
MARIA ELENA MATTHEWS SOTO  
MARIA FABIOLA CORTES CACERES  
MARIANA PONCE PAEZ



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

MONICA SUSANA SOZA ALIAGA  
PAMELA ANDREA GUTIERREZ CIFUENTES  
PAMELA GUTIERREZ MUÑOZ  
PAULA OLMEDO ROJAS  
PAULINA LORETO MARTINEZ ALARCON  
SEBASTIAN GONZALEZ MUÑOZ  
SEBASTIAN JOFRE FERNANDEZ  
SONIA BERNARDA GONZALEZ HERNANDEZ  
TANIA VALESKA BIALOSTOCKI ABBOTT  
TATIANA PAMELA GONZALEZ VERA  
VICTOR MANUEL VALDES CACERES  
XIMENA SOLEDAD CAMPOS BARBA

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% de cumplimiento de las acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional en el año t.</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de cumplimiento de las acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional en el año t.
Base de cálculo:	$(\text{Número de acciones implementadas del Plan de Desarrollo Institucional en el año t} / \text{Número de acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional del año t}) * 100$
Medio de verificación:	A) Plan de Desarrollo Institucional 2017 aprobado por la Dirección Nacional. B) Medios de verificación que dan cuenta de las realización de las acciones contenidas en el Plan. C) Reporte de avance segundo y tercer trimestre. D) Reporte final de Cumplimiento del Plan de Desarrollo Institucional año t.
Ponderador:	40,00
Responsable:	ANA MARIA BECERRA PUEBLA
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El Plan de Desarrollo Institucional será remitido para aprobación a más tardar el 31 de marzo de 2017.</li><li>2. El Plan de Desarrollo Institucional deberá estar aprobado durante el primer semestre del 2017.</li><li>3. El plan de desarrollo institucional incluye las iniciativas contempladas en el Plan de Pre-Fortalecimiento y Fortalecimiento de SERNAC del ADP DN, relativas a las áreas de esta SDDI.</li><li>4. El Plan de Desarrollo Institucional ha de incluir dentro de sus acciones, el desarrollo de un cuadro de mando para la SDDI.</li><li>5. El Plan de Desarrollo Institucional en particular, también contendrá dentro de sus acciones el desarrollo de una estrategia en el ámbito de personas. Asimismo, para cada una de sus acciones identificará el impacto en el bienestar de éstas.</li><li>6. El Plan de Desarrollo Institucional indicará claramente las acciones comprometidas para el 2017, así como los medios de verificación que darán cuenta de su implementación.</li><li>7. Las modificaciones al proyecto de ley, para el Fortalecimiento del Sernac, podrían afectar la implementación del Plan, por lo cual, dará lugar a una actualización debidamente fundada del mismo a más tardar en septiembre del 2017.</li><li>8. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** 3 procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.

**Producto estratégico:** Información, educación, protección y participación ciudadana.

**Objetivo estratégico:** 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.

**Dimensión:** Calidad del Servicio

**Indicador:** Sumatoria de procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.

**Base de cálculo:** Sumatoria de procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.

**Medio de verificación:** A) Minuta fundada de priorización de procesos de la Subdirección a analizar y mejorar.  
B) Minuta de mejora por proceso priorizados.  
C) Minuta que da cuenta de las acciones efectuadas y las mejoras.  
D) Medios de verificación que dan cuenta de las realización de las acciones efectuadas y las mejoras.  
E) Reporte de cumplimiento final.

**Ponderador:** 35,00

**Responsable:** ANA MARIA BECERRA PUEBLA

**Nota explicativa:** 1. Se entenderán por mejoras aquellas tendientes a impactar el desempeño de los procesos en variables como tiempos, estandarización, aplicación de tecnologías, reducción de etapas, satisfacción de usuarios, participación de usuarios, entre otros.  
2. Minuta con identificación de las mejoras a realizar en cada proceso, aprobada por Planificación Estratégica y Calidad.  
3. Los procesos han de corresponder a aquellos vigentes en el mapa de procesos SERNAC a marzo de 2017.

**Meta:** 80% de cumplimiento del plan de satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t.

**Producto estratégico:** Información, educación, protección y participación ciudadana.

**Objetivo estratégico:** 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.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Porcentaje de cumplimiento del plan de satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Base de cálculo: (Número de acciones implementadas del Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t/ Número de acciones contenidas en el Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional del año t)\*100
- Medio de verificación: A) Documento con el levantamiento y selección de productos/servicios de la Subdirección de Desarrollo Institucional.  
B) Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional aprobado por el Director Nacional.  
C) Medios de verificación que dan cuenta de las realización de las acciones contenidas en el Plan.  
D) Reporte de avance segundo y tercer trimestre.  
E) Reporte final de Cumplimiento del Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional 2017.
- Ponderador: 25,00
- Responsable: KARINA AVENDAÑO SANTANA
- Nota explicativa: 1. Para la elaboración del Plan de Satisfacción de la Subdirección, se realizará un levantamiento y selección de productos/servicios de gestión interna de los procesos bajo la responsabilidad de la Subdirección, así como, de sus atributos para los usuarios internos, para el desarrollo de instrumentos homologables de satisfacción (acciones previas al plan).  
2. Considera una aplicación previa del instrumento (acciones previas al plan).  
3. Supone la definición de un plan anual, vistos los resultados cuantitativos y cualitativos.  
4. Requiere una aplicación posterior del instrumento a fin de evaluar impacto del plan y sus ajustes posteriores, así como definiciones de metas relativas al indicador de satisfacción probado.  
5. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección de Consumidores y Mercados

Encargado: RICARDO LOYOLA MORAGA

**INTEGRANTES:**

ALEJANDRA VICTORIA VEGA ECHEVARRIA  
ALONSO VEGA VIDAL  
ANA KARINA TORRES CAMPOS  
ANA MARIA BERRADE ESPINOZA  
BERNARDITA BUDINICH APARICIO  
CAMILA VALENZUELA BONE  
CARLA SANDOVAL LEIVA  
CARLOS DANIEL JACOBY CEBALLOS  
CAROLINA GONZALEZ YAÑEZ  
CATHERINE ADRIANA ABBAS GALLARDO  
CATHERINE SABRINA MARSHALL BARRALES  
CESAR ANDRES VARELA VARGAS  
CHRISTIE MATTHEWS STUVEN  
CRISTIAN MARCELO HERNANDEZ FUENTES  
CRISTINA MARCELA FLORES UMAÑA  
DANIEL ALBERTO TRONCOSO FUENTES  
DANIELA NICOL PARRA AGÜERO  
EMILIO JOAQUIN MATAS ABELLA  
ERICK FERNANDO SAYES BUSTAMANTE  
ESMERALDA DE LOURDES MUÑOZ BRAVO  
FRANCISCA CORTES SANCHEZ  
FRANCISCO JAVIER SANHUEZA SAN AMRTIN  
GABRIEL RODRIGUEZ CASTRO  
GLORIA LORETO MORENO LILLO  
JUAN CARLOS BENITO MEDINA VARGAS  
JUAN MANUEL RIVERA OSORIO  
JULIO PEREZ GONZALEZ  
KAREN VALVERDE AHUMADA  
KATHERINE PAOLA ROCHER RIVERA  
LAURA CONSTANZA CARRERA FERRER  
LORETO CAMPOS ROSALES  
MAGALY IVONNE GALLEGOS BELMAR  
MANUEL IGNACIO SAEZ ZU DHONA  
MARIA IGNACIA VALDIVIESO CARIOLA  
MARIA TERESA MERA SOTO  
MIGUEL VALENZUELA BUSTOS  
MONICA OLIVARES VIVANCO  
NELSON BERNARDO LAFUENTE LOBOS



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

NICCOLO JOSE STAGNO OVIEDO  
NICOLE AZOCAR MUÑOZ  
NURY ISIDORA MUÑOZ ARZOLA  
ORLANDO PRADENAS DONOSO  
PABLO ALEJANDRO ACCHIARDI LAGOS  
PAOLA ELIANA MEGL GALLEGOS  
PATRICIA QUIROZ MATUS  
PATRICIO EDMUNDO BOETTIGER CAMPOS  
PAUL DAVID LAULIE AVALOS  
PAULA JARA ECHEGOYEN  
PAULINA ESPINOZA SERRA  
PEDRO RIOS PARRA  
RICARDO GONZALO ORTIZ CARRERA  
RICARDO LOYOLA MORAGA  
ROSA TERESA MALDONADO ROMAN  
SAMUEL PATRICIO INFANTE LARRONDO  
SULEY JOSÉ VERGARA CANCEC  
TATIANA DE LOURDES GAJARDO ALVAREZ  
VALENTINA CATALINA BENFORADO GARCIA  
VALERIA COLPI ROJAS  
VICTOR ANDRES BARRERA GALLEGUILLOS  
VICTOR SAEZ ACUÑA  
VIVIANA VALENTINA CONTRERAS CONTRERAS

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>85% de acciones de mejora o de innovación implementadas en los productos o procesos con foco en la calidad y en los consumidores, liderados por los Departamentos pertenecientes a la Subdirección de Consumidores y Mercado, a partir de los resultados de satisfacción de los consumidores del año 2016, complementada con información de percepción y resultados de gestión.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de acciones de mejora o de innovación implementadas en los productos o procesos con foco en la calidad y en los consumidores, liderados por los Departamentos pertenecientes a la Subdirección de Consumidores y Mercado, a partir de los resultados de satisfacción de los consumidores del año 2016, complementada con información de percepción y resultados de gestión.
Base de cálculo:	$(N^{\circ} \text{ de acciones de mejoras o innovaciones del Programa de Trabajo año 2017 e implementadas en el año } t / N^{\circ} \text{ de acciones de mejora priorizadas en el Programa de Trabajo 2017, a partir de resultados de mediciones de satisfacción 2016}) * 100$
Medio de verificación:	A) Resultados Satisfacción Institucional año 2016 B) Documento con la identificación de mejoras orientadas a mejorar la satisfacción institucional. C) Programa Trabajo 2017 con mejoras priorizadas de la Subdirección aprobado por la Dirección Nacional. D) Reporte de Avance segundo y tercer trimestre y Reporte Final de la implementación de mejoras último trimestre. E) Medios de verificación de las mejoras implementadas, identificados en el Programa de Trabajo 2017.
Ponderador:	35,00
Responsable:	ALONSO VEGA VIDAL
Nota explicativa:	1. El Documento con la identificación de mejoras, debe incluir un análisis de resultados de satisfacción e identificar acciones de mejora o de innovación, al menos de los productos considerados en el índice de satisfacción de la Subdirección. 2. A partir de este Documento, la Subdirección elaborará el Programa Trabajo año 2017, que contendrá las acciones priorizadas a ejecutar durante el año, con identificación de los medios de verificación y plazos referenciales de implementación. Este Programa deberá estar aprobado durante el primer trimestre del año 2017 por la Dirección Nacional. 3. Las mejoras o innovaciones a considerar deberán buscar generar impacto en la calidad de los productos estratégicos.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>85% de acciones implementadas del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del Modelo de Atención del Consumidor(MAC) en el año t.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Calidad del Servicio
Indicador:	Porcentaje de implementación de acciones del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del Modelo de Atención del Consumidor(MAC) en el año t.
Base de cálculo:	$(\text{Número de acciones del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC implementadas en el año t} / \text{Total de acciones contenidas en el Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC}) * 100$
Medio de verificación:	A) Levantamiento y sistematización de debilidades del funcionamiento del Modelo de Atención al Consumidor de Consultas y Reclamos B) Diagnóstico compartido con identificación de brechas priorizadas por la Subdirección de Consumidores y Mercados C) Programa de Mejoras MAC con al menos las acciones de mejora a la base de datos e interfaz del MAC a implementar el 2017. D) Los medios de verificación que dan cuenta de la implementación de las mejoras junto Reporte de Avance.
Ponderador:	35,00
Responsable:	NELSON BERNARDO LAFUENTE LOBOS
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El Diagnóstico contendrá un análisis de de las causas y posibles soluciones a las debilidades detectadas en el levantamiento. El Diagnóstico contendrá además las brechas priorizadas y deberá ser co-construido por funcionarios de diferentes equipos de la Subdirección. Para ello deberá realizar un trabajo colaborativo y participativo de todas las áreas de la Subdirección, liderada por sus jefaturas.</li><li>2. El Programa de Mejoras MAC deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer semestre 2017.</li><li>3. El Programa de Mejoras MAC deberá identificar los medios de verificación que darán cuenta de las mejoras implementadas.</li><li>4. Las mejoras deberán ser concordantes con el Proyecto de Modernización 2017.</li><li>5. Se requerirá la participación de otras áreas fuera de la Subdirección de Consumidores y Mercados, como por ejemplo, D.Desarrollo Tecnológico, Direcciones Regionales o Subdirección Jurídica, por lo que se requiere de su participación en algunas etapas del proceso.</li><li>6. Para las mejoras asociadas a tecnología, éstas estarán sujetas a la aprobación del presupuesto y priorización asociado al Proyecto de Modernización 2017.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>20% de productos, asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto.</b>
Producto estratégico:	Información de Mercado y Consumo.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de productos, asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto.
Base de cálculo:	$(N^{\circ} \text{ de productos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto definida} / N^{\circ} \text{ de productos de la Subdirección de Consumidores y Mercados}) * 100$
Medio de verificación:	A) Documento de identificación de los actores relevantes para la Subdirección, junto con los clientes y productos. B) Elaboración un Tablero de Información para la Subdirección, que contemple una visión conjunta de sus departamentos. C) Documento con identificación de los productos priorizados a los cuales se elaborará una metodología de evaluación de impacto. D) Documento Metodología de evaluación de impacto definida para los productos seleccionados presentada a la Dirección Nacional para su aprobación.
Ponderador:	30,00
Responsable:	PAULA JARA ECHEGOYEN
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Los procesos deberán seleccionarse del Mapa de Procesos vigente a marzo del año t, desde el cual se identificarán los actores (o stakeholders) relevantes para la Subdirección, junto con sus clientes y productos.</li><li>2. La identificación de productos utilizará la información disponible en las Fichas de Proceso respectivas, así como documento Productos Estratégicos 2017, en su 3er nivel (productos específicos) proporcionado por el Departamento de Planificación Estratégica y Calidad.</li><li>3. La Metodología de Impacto podrá abordar uno o más productos, es decir, para evaluar el impacto de productos, podría utilizarse una misma metodología.</li><li>4. El Tablero de Información corresponderá al diseño de éste, considerando indicadores o información relevante para la gestión de la Subdirección.</li><li>5. El diseño de la metodología de evaluación de impacto deberá estar orientada a la medición del cambio de conducta observable y vinculado a los productos y servicios de Sernac" y buscará generar directrices para la estandarización de metodologías para los productos Sernac.</li><li>6. La Metodología de evaluación de impacto deberá considerar al menos alguno de los productos asociados al proceso " Modelo de Atención al Consumidor".</li></ol>

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección Jurídica

Encargado: ANDRES HERRERA TRONCOSO

### **INTEGRANTES:**

ANDRES HERRERA TRONCOSO  
BLAS EUGENIO GONZALEZ FEHRMANN  
CAROLINA PAZ NORAMBUENA ARIZABALOS  
CLAUDIA CAJIAS ALVAREZ  
DANIELA SAN MARTIN SAN MARTIN  
EDITH NATALIA CUEVAS GONZALEZ  
ELIAS CARVAJAL AHUMADA  
EUGENIA RITA CUEVAS GONZALEZ  
FERNANDA CAVADA DIAZ  
GUILLERMO FUENZALIDA ZICKENDRAHT  
HUGO VON DESSAUER GARRIGA  
IVONNE VALDIVIESO TEREZ  
JERARDO FRANCISCO LEBUY MARTINEZ  
JOSE LUIS PISMANTE ARAOS  
JOSE MANUEL PIÑA NUÑEZ  
LUIS ALBERTO ALVAREZ ESTAY  
MAGDALENA LAZCANO MATURANA  
MARIA ALEJANDRA TREMOLINI PEDRERO  
MARÍA GABRIELA MILLAQUEN URIBE  
MATIAS JARPA FERNANDEZ  
MAX BECKER GANA  
MIGUEL ANGEL PAVEZ HERNANDEZ  
RODRIGO ANDRES MARTINEZ ALARCON  
RODRIGO ROMO LABISCH  
ROSA SAEZ GACITUA  
XIMENA SOLEDAD SOTO TELLEZ  
YURI ANGELO GHISELLINI STAPPUNG

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>40% de Mediaciones Colectivas cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de Mediaciones Colectivas cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses.
Base de cálculo:	(Sumatoria de mediaciones colectivas abiertas y tramitadas en el año t, cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses / Sumatoria de Mediaciones Colectivas abiertas y tramitadas en el año t) *100
Medio de verificación:	A) Oficinos de apertura de Mediaciones Colectivas. B) Correos electrónicos o minutas validadas por CSC de aceptación, rechazo o cierre. C) Planilla de control.
Ponderador:	40
Responsable:	RODRIGO ROMO LABISCH
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Supone Mediaciones colectivas (MC) gestionadas institucionalmente, esto es, tanto por la División Jurídica (DJ), como por la División de Consumo Financiero (DCF) y las Direcciones Regionales, o equivalentes.</li><li>2. El plazo de tramitación comenzará a regir desde los 3 días hábiles siguientes a la fecha del oficio de la MC enviado al proveedor y se contabilizará hasta el pronunciamiento del CSC sobre la propuesta de solución de la MC.</li><li>3. Para efectos del presente indicador se entenderá por MC tramitada en el año t aquellas en que SERNAC a través del CSC, haya aceptado o rechazado total o parcialmente la propuesta de solución presentada por el proveedor o haya dispuesto el cierre de la misma, en caso de no existir propuesta del proveedor.</li><li>4. Además, para todos los efectos de este indicador, se contabilizarán aquellas MC que cumplan con la condición de haber sido abierta y tramitada en el año 2017, salvo las que 31 de diciembre de 2017 tengan un plazo de tramitación superior a 3 meses, para las cuales se contará el plazo de la apertura hasta el último día del año.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>55% de acciones judiciales ejercidas dentro de un periodo de dos meses posteriores a la resolución del Comité de Soluciones Colectivas</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de acciones judiciales ejercidas dentro de un periodo de dos meses posteriores a la resolución del Comité de Soluciones Colectivas
Base de cálculo:	$(\text{Sumatoria de acciones judiciales ejercidas en un periodo igual o inferior a 2 meses posteriores a la decisión adoptada por el CSC, realizadas en el año t}) / (\text{Sumatoria del total de acciones judiciales aprobadas por el CSC, en el año t}) * 100$
Medio de verificación:	A) Minuta del Comité de Soluciones Colectivas (CSC) con fecha y con la identificación de la acción judicial a realizar o correo electrónico del CSC que incluya la instrucción de la acción judicial. B) Copia de acciones judiciales interpuestas. C) Planilla Control de Acciones Judiciales.
Ponderador:	20
Responsable:	RODRIGO ROMO LABISCH
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Para efectos del indicador, se considerarán todas las instrucciones del Comité de Soluciones colectivas (CSC) enviadas en 2017 y que cuenten con acción judicial emprendida en el año 2017. Además se contabilizarán aquellas que lleven más de dos meses al momento del término del periodo, contando el plazo desde que se instruyó la acción por el Comité hasta el 31 de diciembre de 2017.</li><li>2. En la medición se considerará como dentro del período hasta el día del mes en el que fue enviada la instrucción, sumándole dos meses, es decir si la instrucción se envió el 15 de febrero se entenderá dentro de plazo si la acción judicial se interpuso hasta el 15 de abril del mismo año, independiente de los días que el(los) mes(es) tenga(n).</li><li>3. Se entenderán como acciones judiciales emprendidas, para el cumplimiento del presente indicador, 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 u oficios 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 medición colectiva.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>Tiempo promedio para la notificación a la parte demandada de la resolución que recibe la causa a prueba en los Juicios Colectivos tramitados por SERNAC menor o igual a 100 días</b>
<b>Producto estratégico:</b>	Orientación, asesoría jurídica y protección
<b>Objetivo estratégico:</b>	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
<b>Dimensión:</b>	Eficacia
<b>Indicador:</b>	Tiempo promedio para la notificación a la parte demandada de la resolución que recibe la causa a prueba en los Juicios Colectivos tramitados por SERNAC
<b>Base de cálculo:</b>	Sumatoria de días entre la fecha de dictación de la resolución que recibe la causa a prueba en el año t y la notificación de la misma a la parte demandada en el año t / Total de Juicios Colectivos tramitados en que se dictó el auto de prueba y se notificó a la parte demandada durante el año t.
<b>Medio de verificación</b>	1) Resolución que recibe la causa a prueba. 2) Estampado de notificación de receptor judicial a la parte demandada. 3) Minuta de CSC (solo en caso que aplique la exclusión de validación o instrucción por el Comité explicada en la nota).
<b>Ponderador:</b>	40
<b>Responsable:</b>	CAROLINA NORAMBUENA
<b>Nota explicativa:</b>	El indicador medirá aquellos juicios colectivos cuya fecha de dictación de resolución que recibe la causa a prueba se encuentre en el año 2017 y que además se haya notificado al SERNAC en el mismo año, independiente del año en el que se haya iniciado el juicio colectivo. La fecha de corte para el cómputo del plazo de la meta será la fecha del estampado del receptor judicial que da cuenta de la notificación del auto de prueba a la parte demandada. Se excluyen los juicios colectivos que tengan resolución que recibe la causa a prueba y que el Comité de Soluciones Colectivas haya instruido o validado alguna propuesta de acción que signifique la suspensión del juicio o el término del juicio con razón de la presentación de un acuerdo conciliatorio u otro equivalente jurisdiccional. Se excluyen aquellos juicios colectivos cuyo demandante principal sea una Asociación de Consumidores. En el caso que la fecha de resolución sea mayor a los 100 días al 31 de diciembre y no sea haya excluido por las razones nombradas anteriormente, se contará el plazo desde la fecha de la resolución dictada hasta el 31 de diciembre de 2017. La resolución que recibe la causa a prueba es dictada por el Tribunal respectivo.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Norte

Encargado: MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

### **INTEGRANTES:**

ALEJANDRO MARCELO ORTEGA MACIAS  
CLAUDIA AYALA HIDALGO  
CRISTINA DEL ROSARIO ARAYA RIVERA  
CRISTYNA DANIELA VILLARROEL POOL  
CYNTHIA NOEMI ROSSEL QUILODRAN  
DAISY VALERIA SEPULVEDA BAHAMONDE  
DANIELA VALLEJOS VALLEJOS  
DEBORA SAMANTA BELTRAN RODRIGUEZ  
DIBE ISABEL DIAZ POLANCO  
EDUARDO ALEJANDRO OSORIO QUEZADA  
EDUARDO ENRIQUE VALENZUELA TAPIA  
EDUARDO JAVIER MARIN CABRERA  
GLADYS DEL CARMEN VERA PACHECO  
HORST AXEL KALLENS BEALS  
JAZMIN ANDREA VARAS TABILO  
JESSICA MIRANDA CRUZ  
JORGE ALFREDO CORTES CALLEJAS  
JORGE ARTURO FRANCO YAÑEZ  
JOSE LUIS AGUILERA PACHECO  
LORENA ALEJANDRA VERGARA VERGARA  
MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES  
MARIA ELIZABETH FLORES ZEPEDA  
MARIA MERCEDES PIZARRO JERIA  
MARLENE IVONNE PERALTA AGUILERA  
NORMA AIDA GUERRA ROZAS  
PAOLA ALICIA AHUMADA ZARATE  
PATRICIA GALLO ROJAS  
RIGOBERTO APABLAZA OYANEDEL  
RODRIGO ALEJANDRO SANTANDER MARTIN  
ROSA DE LOURDES CORTEZ CONTRERAS  
SANDRA VITALIA SILVA VIDAL  
YASNA SUN-LYN ZEPEDA LAY

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** 6 mediaciones colectivas propuestas por la región de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t

Producto estratégico: Orientación, asesoría jurídica y protección

Objetivo estratégico: Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.

Dimensión: Eficacia

Indicador: Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.

Base de cálculo: Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.

Medio de verificación: A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas.  
B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona.  
C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.

Ponderador: 40,00

Responsable: MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

Nota explicativa: 1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central  
2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.  
3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

**Meta:** 10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.

Producto estratégico: Información de Mercado y Consumo.

Objetivo estratégico: 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.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
Base de cálculo:	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
Medio de verificación:	A) Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional. B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva. C) Productos informativos por región. D) Reporte final de cumplimiento.
Ponderador:	40,00
Responsable:	MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES
Nota explicativa:	1. La Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional corresponde a un documento generado por el Departamento de Estudio e Inteligencia, en el que señalará lineamientos mínimos que deben cumplirse para la generación de información y sugerencias sobre cómo incorporar la perspectiva regional, todo en coherencia con las metodologías existentes. 2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.
<b>Meta:</b>	<b>80 % de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona.</b>
Producto estratégico:	Educación para el Consumo Responsable
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Economía
Indicador:	Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona
Base de cálculo:	$(N^{\circ} \text{ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período} / N^{\circ} \text{ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período}) * 100$
Medio de verificación:	A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región  
validado por el Departamento de Educación para el Consumo.

Ponderador: 20,00

Responsable: MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

Nota explicativa:

1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa, el cual se envió a DIPRES. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales, los cuales se encuentra en el Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa y su cobertura real está sujeta a esta medición.
2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Centro

Encargado: NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO

### **INTEGRANTES:**

ALEJANDRA BETSABETT PIZARRO DIAZ  
ANDREA EVELYN GALVEZ GONZALEZ  
ANGELO HEREDIA CID  
CARLO EDUARDO BONOMO FLORES  
CAROLINA DEL CARMEN RAMIREZ BUENO  
CAROLINA NUÑEZ MARDONES  
CLAUDIA LORENA JULIO VALLE  
DANINZA ELENA CAMPOS OSORIO  
EDUARDO ENRIQUE PEREZ MOLINA  
EFRAIN CONTRERAS BOLLA  
ERICK ALFREDO VASQUEZ CERDA  
ERICK ORELLANA JORQUERA  
ERIKA DEL CARMEN WILLS ALAMOS  
ESTEBAN PEREZ BURGOS  
EUGENIA PATRICIA POZO MIRANDA  
EVELYN FRANCESCA ROJAS GONZALEZ  
GLADYS MARCIA CORNEJO MORALES  
GONZALO JAVIER BLANCO TEJOS  
HADA BLANCA EUNICE RIOS OLAVARRIA  
ILDEFONSO MANUEL OLIVARES GONZALEZ  
INGRID FABIOLA GUTIERREZ CABRERA  
JEAN-PIERRE COUCHOT BAÑADOS  
JENNETTE GONZALEZ ORTIZ  
JESUS SAMUEL CARIAGA ALARCON  
JOCELYN VICTORIA URZUA BOZO  
JOHN DE JESUS NIETO VIDAL  
JOSELINE CARLA LEIVA BRAVO  
JUAN CARLOS LUENGO PEREZ  
JUAN PABLO PINTO GELDREZ  
JUANA DEL CARMEN ESPINOZA LAGOS  
KAREN SANTOS SANTOS  
KARINA YASMIN AGUILERA RIQUELME  
KATERIN CAROLINA BASTIAS OLEA  
KATHERINE DE LA LUZ ESPINOZA GONZALEZ  
LORENA PAREDES ARANCIBIA  
MAGALY DEL CARMEN CUEVAS RIQUELME  
MALVA ELIZABETH RIVAS NEIRA  
MARCELA ANDREA GONZALEZ HINOJOSA



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

MARIA ANGELICA TORRES GOMEZ  
MARIA LORETO DEL ROSARIO ZURITA RAMIREZ  
MARISA TORO GALLARDO  
MARITZA ESPINA OPTIZ  
MAURICIO ALBERTO RETAMAL GRANADINO  
MAURICIO AUGUSTO BEZANILLA PUMARINO  
MIGUEL ANGEL GUERRA MARTINEZ  
NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO  
PABLO CESAR CABRERA ARIAS  
PAOLA EDITH LLANTEN OLIVARES  
PAOLA JHON MARTINEZ  
PAULA ANDREA ALCAINO DIAZ  
PAULINA CID MUÑOZ  
RICHARD BRUNO NOVA MUÑOZ  
ROBERTO ALVARO CEA LUARTE  
ROBERTO ANDRES TOBAR PALMA  
RODRIGO CACERES ARELLANO  
ROSA JEANNETTE BETANCOURT SEREI  
SERGIO EDUARDO INAYAO OLIVA  
SILVIA ANDREA PRADO DURAN  
SILVIA PATRICIA VENEGAS ALVEAL  
SINAI TOSSO VASQUEZ  
SUSANA XIMENA GODOY POBLETE  
VICTOR HUMBERTO VILLANUEVA PAILLAVIL  
XIMENA AURORA COLIPI FONSECA  
XIMENA DONOSO REINOSO  
YESICA CAROLINA VALENZUELA VILLAGRA

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona</b>
Producto estratégico:	Educación para el Consumo Responsable
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona
Base de cálculo:	$(N^{\circ}$ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período / $N^{\circ}$ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t) $\times 100$
Medio de verificación:	A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad. C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región validado por el Departamento de Educación para el Consumo.
Ponderador:	20,00
Responsable:	NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
Nota explicativa:	1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales y su cobertura real está sujeta a esta medición. 2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Meta:** 10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
- Producto estratégico:** Información de Mercado y Consumo.
- Objetivo estratégico:** 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.
- Dimensión:** Eficacia
- Indicador:** Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
- Base de cálculo:** Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
- Medio de verificación:** A) Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.  
B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva.  
C) Productos informativos por región.  
D) Reporte final de cumplimiento
- Ponderador:** 40,00
- Responsable:** NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
- Nota explicativa:** 1. La Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional corresponde a un documento generado por el Departamento de Estudio e Inteligencia, en el que señalará lineamientos mínimos que deben cumplirse para la generación de información y sugerencias sobre cómo incorporar la perspectiva regional, todo en coherencia con las metodologías existentes.  
2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Meta:** 15 mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.
- Producto estratégico:** Orientación, asesoría jurídica y protección
- Objetivo estratégico:** Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
- Dimensión:** Eficacia
- Indicador:** Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.
- Base de cálculo:** Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.
- Medio de verificación:** A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas.  
B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona.  
C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.
- Ponderador:** 40,00
- Responsable:** NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
- Nota explicativa:**
1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central
  2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.
  3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Sur  
Encargado: LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ

### **INTEGRANTES:**

ALBERTO ARTURO VEGA MOLL  
ANGELA DEL CARMEN ANDRADE VILLEGAS  
ANGELICA BEATRIZ SOBARZO ANDRADE  
ARTURO ARAYA RODRIGUEZ  
CARLA DENISSE GACITUA FIGUEROA  
CECILIA DEL CARMEN HERNANDEZ ALVARADO  
CLAUDIA PAOLA FAJARDO VALDEBENITO  
CLAUDIA PAOLA PAINEMAL ULLOA  
DENISSE CECILIA PEREZ OGDEN  
DORIS XIMENA CARRASCO HAUENSTEIN  
HERNAN ALFONSO BARRIENTOS VIAL  
JACQUELINE VIDAL QUINTANA  
JOCELYN KARINA AGUILERA GUTIERREZ  
JORGE OCTAVIO GIL LAGOS  
KAREN BUSTOS CALDERON  
KARIM TRAMOLAO TORRES  
KARINA ALEJANDRA ACEVEDO AUAD  
LILIBETH ANDREA PIÑA ALVARADO  
LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ  
LUISA ALEJANDRA MIRANDA MONDACA  
LYNDA CAROL BADILLA SALGADO  
MARIA FRANCISCA ORTIZ PBERG  
MARIA VERONICA GONZALEZ ORTEGA  
MARIANELA ODETTE BERTULINI COÑA  
NATALIA SANTANA MAUREIRA  
PAMELA ELIZABETH RAMIREZ JARAMILLO  
PAMELA PILAR FLORES MORA  
PAOLA ANDREA ZACCONI SEPULVEDA  
RODRIGO TOMAS ELGUETA IMARAY  
SANDRA JACQUELINE GARCIA URIBE  
SERGIO TILLERIA TILLERIA  
SUSAN ROXANA OJEDA HITSCHFELD  
TATIANA BEATRIZ LIEMPI CATRILEO  
TATIANA CASTILLO SOTO

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.</b>
<b>Producto estratégico:</b>	Información de Mercado y Consumo.
<b>Objetivo estratégico:</b>	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.
<b>Dimensión:</b>	Eficacia
<b>Indicador:</b>	Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
<b>Base de cálculo:</b>	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con la Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional.
<b>Medio de verificación:</b>	A) Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional. B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva. C) Productos informativos por región. D) Reporte final de cumplimiento
<b>Ponderador:</b>	40,00
<b>Responsable:</b>	LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ
<b>Nota explicativa:</b>	1. La Guía de Directrices para la generación de instrumentos de información con perspectiva regional corresponde a un documento generado por el Departamento de Estudio e Inteligencia, en el que señalará lineamientos mínimos que deben cumplirse para la generación de información y sugerencias sobre cómo incorporar la perspectiva regional, todo en coherencia con las metodologías existentes. 2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** 80% de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona

Producto estratégico: Educación para el Consumo Responsable

Objetivo estratégico: Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.

Dimensión: Eficacia

Indicador: Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona

Base de cálculo:  $(N^{\circ} \text{ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período} / N^{\circ} \text{ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t}) * 100$

Medio de verificación: A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región  
B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad.  
C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región validado por el Departamento de Educación para el Consumo.

Ponderador: 20,00

Responsable: LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ

Nota explicativa: 1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales y su cobertura real está sujeta a esta medición.  
2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** 5 mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.

**Producto estratégico:** Orientación, asesoría jurídica y protección

**Objetivo estratégico:** Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.

**Base de cálculo:** Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.

**Medio de verificación:** A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas.  
B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona.  
C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.

**Ponderador:** 40,00

**Responsable:** LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ

**Nota explicativa:**

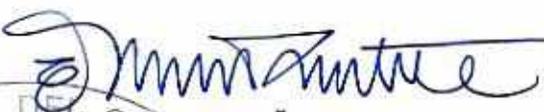
1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central
2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.
3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

3° ANÓTESE al margen de la Resolución Exenta N°1543 de 25 de noviembre de 2016, el número y fecha de la presente Resolución, que la modifica y complementa.

ANÓTESE y COMUNÍQUESE

  
ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE  
Director Nacional  
Servicio Nacional del Consumidor





VPC/ECU/lax  
RJ 385  
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo  
Planificación Estratégica y Calidad  
Auditoría Interna  
Fiscalía Administrativa  
Gabinete  
Oficina de Partes

## Formulación Metas Convenio de Desempeño Colectivo Servicio Nacional del Consumidor año 2017

Equipo de Trabajo		Dirección Nacional				
Total de metas equipo		4				
Total de personas del equipo		30				
Total general de la institución		300 <sup>1</sup>				
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
4 Reportes de Gestión por Proceso proporcionados a la dirección nacional con temas relevantes respecto al nivel de actividad de los procesos, así como resultados de gestión realizados	4	Número	Sumatoria de Reportes de Gestión por Proceso dispuestos al Director Nacional	4	4	<p>1. Los Reportes contendrán información del nivel de actividad y otros indicadores de gestión, de aquellos procesos del negocio que el director nacional determine que son relevantes para la gestión institucional. Los procesos seleccionados serán aquellos que se encuentran en el Mapa de Procesos vigente a marzo de 2017, tales como, Modelo de Atención, Mecanismos de Protección, Generación de Información de Consumo, entre otros.</p> <p>2. El diseño deberá al menos indicar la información y análisis exigidos para los reportes, la periodicidad de los datos así como la del reporte.</p> <p>3. Los Reportes deben responder a las exigencias del Diseño validado por el director nacional</p>
80% de cumplimiento de la Agenda crítica de control de Fiscalía administrativa y Auditoría Interna	80%	Porcentaje	(N° de actividades implementadas de la Agenda crítica de control en el año t / N° de actividades planificadas en la Agenda crítica de control para el año t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. La Agenda Crítica comprende una fijación de áreas temáticas tendiente a disminuir brechas control interno, de interés del director nacional, mediante las cuales se fijarán acciones concretas a desarrollar durante el año t.</p> <p>2. Diagnóstico y Agenda crítica de control (visada por DN) serán definidos a más tardar a 30 de mayo 2017, sin embargo, éstos podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.</p> <p>3. Los medios de verificación de las acciones de la agenda crítica de control serán proporcionados conforme a las iniciativas abordadas durante el período, e identificados en los reportes de avance y final, según corresponda.</p>

<sup>1</sup> N° de funcionarios, equipos y metas CDC 2017 han sido formalizado por medio de Resolución Exenta N° 1184 y 1725, ambas del año 2016.

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
60 % de acciones implementadas derivadas del monitoreo de las redes sociales del Servicio o de los informes de satisfacción de campañas u otras fuentes de información.	60%	Porcentaje	(Número de acciones implementadas en el año t / Total de acciones contenidas en el Plan de Acción validado por el director nacional para el año t)*100.	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El reporte de monitoreo se realizará a partir del análisis del monitoreo de redes sociales y otras fuentes de información relativa a las comunicaciones del Servicio, todo debidamente señalado en el mismo.</p> <p>2. El análisis será presentado a la dirección para su revisión y validación, quedando en el Plan de Acción las medidas priorizadas por el Director Nacional.</p> <p>3. La acción a implementar será definida por la dirección nacional tras la revisión de diversos factores como viabilidad, presupuesto, etc.</p> <p>4. La acción a implementar podrá ser, por ejemplo, mejoras comunicacionales (sitio web, contenidos en redes sociales, contenidos en campañas, folletería, entre otros) o mejoras en otros productos del Servicio.</p> <p>5. Esta meta estará sujeta a que el monitoreo arroje un diagnóstico que permita levantar acciones a implementar.</p>
80% de cumplimiento del Plan de Relacionamento de la Dirección Nacional en el año t	80%	Porcentaje	(Número de acciones del Plan de Relacionamento Institucional implementado en el año t/Total de acciones contenidas en el Plan de Relacionamento Institucional del año t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El Plan de Relacionamento Institucional tiene por objeto ampliar la red de cobertura del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, mediante una serie de acciones de coordinación y relacionamiento con Instituciones nacional y extranjeras, cuya naturaleza esté vinculada a la protección del consumidor y/o vigilancia de los mercados. Las acciones contenidas en el Plan, podrán derivar en convenios, metas de trabajo, fortalecer contactos, retroalimentación de información, entre otras.</p> <p>2. El Plan de Relacionamento indicará las acciones a implementar así como los medios de verificación que darán cuenta de su realización.</p> <p>3. El Plan de Relacionamento Institucional deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer semestre del año t. Sin embargo, podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.</p>

Equipo de Trabajo		Subdirección Desarrollo Institucional				
Total de metas equipo		3				
Total de personas del equipo		50				
Total general de la institución		300				
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
80% de cumplimiento de las acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional en el año t.	80%	Porcentaje	(Número de acciones implementadas del Plan de Desarrollo Institucional en el año t/ Número de acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional del año t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Plan de Desarrollo Institucional será remitido para aprobación a más tardar el 31 de marzo de 2017.</li> <li>2. El Plan de Desarrollo Institucional deberá estar aprobado durante el primer semestre del 2017.</li> <li>3. El plan de desarrollo institucional incluye las iniciativas contempladas en el Plan de Pre-Fortalecimiento y Fortalecimiento de SERNAC del ADP DN, relativas a las áreas de esta SDDI.</li> <li>4. El Plan de Desarrollo Institucional ha de incluir dentro de sus acciones, el desarrollo de un cuadro de mando para la SDDI.</li> <li>5. El Plan de Desarrollo Institucional en particular, también contendrá dentro de sus acciones el desarrollo de una estrategia en el ámbito de personas. Asimismo, para cada una de sus acciones identificará el impacto en el bienestar de éstas.</li> <li>6. El Plan de Desarrollo Institucional indicará claramente las acciones comprometidas para el 2017, así como los medios de verificación que darán cuenta de su implementación.</li> <li>7. Las modificaciones al proyecto de ley, para el Fortalecimiento del Sernac, podrían afectar la implementación del Plan, por lo cual, dará lugar a una actualización debidamente fundada del mismo a más tardar en septiembre del 2017.</li> <li>8. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.</li> </ol>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
80% de cumplimiento del plan de satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t.	80%	Porcentaje	(Número de acciones implementadas del Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t/ Número de acciones contenidas en el Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional del año t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para la elaboración del Plan de Satisfacción de la Subdirección, se realizará un levantamiento y selección de productos/servicios de gestión interna de los procesos bajo la responsabilidad de la Subdirección, así como, de sus atributos para los usuarios internos, para el desarrollo de instrumentos homologables de satisfacción (acciones previas al plan).</li> <li>2. Considera una aplicación previa del instrumento (acciones previas al plan).</li> <li>3. Supone la definición de un plan anual, vistos los resultados cuantitativos y cualitativos.</li> <li>4. Requiere una aplicación posterior del instrumento a fin de evaluar impacto del plan y sus ajustes posteriores, así como definiciones de metas relativas al indicador de satisfacción probado.</li> <li>5. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.</li> </ol>
3 procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.	3	Número	Sumatoria de procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras	3	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se entenderán por mejoras aquellas tendientes a impactar el desempeño de los procesos en variables como tiempos, estandarización, aplicación de tecnologías, reducción de etapas, satisfacción de usuarios, participación de usuarios, entre otros.</li> <li>2. Minuta con identificación de las mejoras a realizar en cada proceso, aprobada por Planificación Estratégica y Calidad.</li> <li>3. Los procesos han de corresponder a aquellos vigentes en el mapa de procesos SERNAC a marzo de 2017.</li> </ol>

Equipo de Trabajo		Subdirección Consumidores y Mercado				
Total de metas equipo		3				
Total de personas del equipo		61				
Total general de la institución		300				
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
85% de acciones implementadas del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del Modelo de Atención del Consumidor(MAC) en el año t.	85%	Porcentaje	(Número de acciones del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC implementadas en el año t/ Total de acciones contenidas en el Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El Diagnóstico contendrá un análisis de de las causas y posibles soluciones a las debilidades detectadas en el levantamiento. El Diagnóstico contendrá además las brechas priorizadas y deberá ser co-construido por funcionarios de diferentes equipos de la Subdirección. Para ello deberá realizar un trabajo colaborativo y participativo de todas las áreas de la Subdirección, liderada por sus jefaturas.</p> <p>2. El Programa de Mejoras MAC deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer semestre 2017.</p> <p>3. El Programa de Mejoras MAC deberá identificar los medios de verificación que darán cuenta de las mejoras implementadas.</p> <p>4. Las mejoras deberán ser concordantes con el Proyecto de Modernización 2017.</p> <p>5. Se requerirá la participación de otras áreas fuera de la Subdirección de Consumidores y Mercados, como por ejemplo, D.Desarrollo Tecnológico, Direcciones Regionales o Subdirección Jurídica, por lo que se requiere de su participación en algunas etapas del proceso.</p> <p>6. Para las mejoras asociadas a tecnología, éstas estarán sujetas a la aprobación del presupuesto y priorización asociado al Proyecto de Modernización 2017.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
85% de acciones de mejora o de innovación implementadas en los productos o procesos con foco en la calidad y en los consumidores, liderados por los Departamentos pertenecientes a la SDCyM, a partir de los resultados de satisfacción de los consumidores del año 2016, complementada con información de percepción y resultados de gestión	85%	Porcentaje	(N° de acciones de mejoras o innovaciones del Programa de Trabajo año 2017 e implementadas en el año t / N° de acciones de mejora priorizadas en el Programa de Trabajo 2017, a partir de resultados de mediciones de satisfacción 2016) *100	Indeterminado	Indeterminado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Documento con la identificación de mejoras, debe incluir un análisis de resultados de satisfacción e identificar acciones de mejora o de innovación, al menos de los productos considerados en el índice de satisfacción de la Subdirección.</li> <li>2. A partir de este Documento, la Subdirección elaborará el Programa Trabajo año 2017, que contendrá las acciones priorizadas a ejecutar durante el año, con identificación de los medios de verificación y plazos referenciales de implementación. Este Programa deberá estar aprobado durante el primer trimestre del año 2017 por la Dirección Nacional.</li> <li>3. Las mejoras o innovaciones a considerar deberán buscar generar impacto en la calidad de los productos estratégicos.</li> </ol>
20% de productos, asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto.	20%	Porcentaje	(N° de productos priorizados con una metodología de evaluación de impacto definida / N° de productos priorizados asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados) *100	Indeterminado	Indeterminado	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los procesos deberán seleccionarse del Mapa de Proceso vigente a marzo del año t, desde el cual se identificarán los actores (o stakeholders) relevantes para la SD, junto con sus clientes y productos.</li> <li>2. La identificación de productos utilizará la información disponible en las Fichas de Proceso respectivas, así como documento Productos Estratégicos 2017, en su 3er nivel (productos específicos) proporcionado por PEC.</li> <li>3. La Metodología de Impacto podrá abordar uno o más productos, es decir, para evaluar el impacto de productos, podría utilizarse una misma metodología.</li> <li>4. El Tablero de Información corresponderá al diseño de éste, considerando indicadores o información relevante para la gestión de la SD.</li> <li>5. El diseño de la metodología de evaluación de impacto deberá estar orientada a la medición del cambio de conducta observable y vinculado a los productos y servicios de Sernac” y buscará generar directrices para la estandarización de metodologías para los productos Sernac.</li> <li>6. La Metodología de evaluación de impacto deberá considerar al menos algunos de los productos asociados al proceso de "Mecanismos de Protección".</li> </ol>

Equipo de Trabajo			Subdirección Jurídica			
Total de metas equipo			3			
Total de personas del equipo			27			
Total general de la institución			300			
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
40% de Mediaciones Colectivas cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses.	40%	Porcentaje	(Sumatoria de mediaciones colectivas abiertas y cerradas en el año t, cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses / Sumatoria de Mediaciones Colectivas abiertas en el año t) *100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. Supone Mediaciones colectivas (MC) gestionadas institucionalmente, esto es, tanto por la División Jurídica (DJ), como por la División de Consumo Financiero (DCF) y las Direcciones Regionales, o equivalentes.</p> <p>2. El plazo de tramitación comenzará a regir desde los 3 días hábiles siguientes a la fecha del oficio de la MC enviado al proveedor y se contabilizará hasta el cierre de la MC.</p> <p>3. El plazo de tramitación comenzará a regir desde los 3 días hábiles siguientes a la fecha del oficio de la MC enviado al proveedor y se contabilizará hasta el cierre de la MC. Para efectos del presente indicador se entenderá por MC cerrada en el año t aquellas en que SERNAC, a través del CSC, haya aceptado o rechazado la propuesta de solución presentada por el proveedor o haya dispuesto el cierre de la misma, en caso de no existir propuesta del proveedor. Además, para todos los efectos de este indicador, se entenderán cerrada aquella MC que se encuentre en tramitación al 31 de diciembre de 2017 y que, a esa fecha, tengan un plazo de tramitación igual o inferior a 3 meses. Sin perjuicio de lo anterior, y a efectos de su medición en 2018, las MC abiertas en 2017 y que sigan su tramitación en 2018 se continuarán contabilizando para el año t+1, computándose el periodo de 3 meses desde su inicio efectivo, esto es, en 2017.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
55% de acciones judiciales ejercidas dentro de un periodo de dos meses posteriores a la resolución del Comité de Soluciones Colectivas	55%	Porcentaje	(Sumatoria de acciones judiciales ejercidas en un periodo igual o inferior a 2 meses posteriores a la decisión adoptada por el CSC, realizadas en el año t)/(Sumatoria del total de acciones judiciales aprobadas por el CSC, en el año t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. Para efectos del indicador, se considerarán todas las instrucciones del Comité de Soluciones colectivas (CSC) que lleven más de dos meses al momento del término del período.</p> <p>2. De este modo, las acciones judiciales que no se encuentren ejercidas y que, al 31 de diciembre de 2017, tengan menos de 2 meses desde su aprobación por parte del CSC, no se considerarán en el denominador. Lo anterior, sin perjuicio que, para su medición en 2018, se continuarán contabilizando las acciones judiciales aprobadas en 2017 y que no se hayan ejercido al 31 de diciembre de ese año, computándose el periodo de 2 meses para su interposición desde que haya sido aprobada por el CSC. En la medición se considerará como dentro del período hasta el día del mes en el que fue enviada la instrucción, sumándole dos meses. Es decir, si la instrucción se envió el 15 de febrero se entenderá dentro de plazo si la acción judicial se interpuso hasta el 15 de abril del mismo año, independiente de los días que el(los) mes(es) tenga(n).</p> <p>3. Se entenderán como acciones judiciales emprendidas, para el cumplimiento del presente indicador, 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 u oficios 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 medición colectiva.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
70% de brechas detectadas en el proceso de vigilancia con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, con propuesta(s) de acción(es) de protección aprobada(s) por el Comité de Vigilancia	70%	Porcentaje	(Sumatoria de brechas detectadas en el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, con propuesta(s) de acción(es) de protección aprobada(s) por el Comité de Vigilancia / Sumatoria de brechas detectadas en el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica) *100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. Para efectos de este indicador se considerarán las brechas detectadas en el proceso de vigilancia, desarrollado por la Subdirección de Consumidores y Mercados, en conjunto con la Subdirección Jurídica, y que tengan evaluación de pertinencia favorable por parte de la Subdirección Jurídica.</p> <p>2. Por brecha se entenderá, en sentido amplio, todas aquellas prácticas, comportamientos o hechos realizados por actores del mercado que pudieran estimarse como contrarios a la LPC o a cualquier otra norma que proteja los derechos de los consumidores o que ha causado un perjuicio a éstos, y que deriven de información institucional o de los instrumentos de vigilancia disponibles (alertas, reclamos, monitoreos del mercado, etc.).</p> <p>3. Además, en la medición del presente indicador se considerará que las propuestas de acción de protección, sean una o más, y que estén asociadas a cada brecha, se contabilizarán como una sola en el numerador. El último listado de brechas levantadas por el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, se realizará en el mes de noviembre para dar lugar al análisis y propuestas de acción de protección en el mes de diciembre. Dentro de las acciones de protección a proponer se incluirán, entre otras, denuncias de interés general, demandas colectivas, hacerse parte en presentaciones judiciales realizadas por terceros, presentaciones ante el Ministerio Público u organismos policiales, envío de oficios, actas de reuniones de mesas de trabajo con proveedores, aperturas de mediaciones colectivas, hacerse parte en procedimientos infraccionales seguidos ante organismos reguladores o fiscalizadores sectoriales y elaboración de guías de alcance jurídico.</p>

Equipo de Trabajo			Zona Norte			
Total de metas equipo			3			
Total de personas del equipo			32			
Total general de la institución			300			
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	Número	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	10	<p>1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar.</p> <p>2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</p>
80 % de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona	80%	Porcentaje	(N° de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período / N° de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa, el cual se envió a DIPRES. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales, los cuales se encuentra en el Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa y su cobertura real está sujeta a esta medición.</p> <p>2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
<p>6 mediaciones colectivas propuestas por la región de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t</p>	6	Número	<p>Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.</p>	6	6	<p>1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central  2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.  3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</p>

Equipo de Trabajo			Zona Centro			
Total de metas equipo			3			
Total de personas del equipo			66			
Total general de la institución			300			
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	Número	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	10	<p>1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar.</p> <p>2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</p>
80 % de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona	80%	Porcentaje	(N° de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período / N° de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa, el cual se envió a DIPRES. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales, los cuales se encuentra en el Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa y su cobertura real está sujeta a esta medición.</p> <p>2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
<p>15 mediaciones colectivas propuestas por la región de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t</p>	15	Número	<p>Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.</p>	15	15	<p>1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central  2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.  3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</p>

Equipo de Trabajo			Zona Sur			
Total de metas equipo			3			
Total de personas del equipo			34			
Total general de la institución			300			
Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	Número	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.	10	10	<p>1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar.</p> <p>2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</p>
80 % de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona	80%	Porcentaje	(N° de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período / N° de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t)*100	Indeterminado	Indeterminado	<p>1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa, el cual se envió a DIPRES. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales, los cuales se encuentra en el Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa y su cobertura real está sujeta a esta medición.</p> <p>2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.</p>

Nombre del Indicador	Meta año 2017	Unidad de Medida	Fórmula de cálculo	Numerador	Denominador	Nota Técnica
5 mediaciones colectivas propuestas por la región de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t	5	Número	Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.	5	5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central</li> <li>2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.</li> <li>3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.</li> </ol>

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



**OFICINA DE PARTE**  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR  
VISADO POR: \_\_\_\_\_

19 DIC. 2016

**TERMINO DE TRAMITE**

**APRUEBA CONVENIO DE DESEMPEÑO  
COLECTIVO 2017 DEL SERVICIO NACIONAL  
DEL CONSUMIDOR**

**RESOLUCION EXENTA N° 01543**

**Santiago 25 NOV 2016**

**VISTO:** Lo dispuesto en el Título VI de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, que regula las funciones del Servicio Nacional del Consumidor; en la Ley N° 19.553 que concede asignación de modernización y otros beneficios que indica; en el Decreto Supremo N° 983 de 2003, del Ministerio de Hacienda que Aprueba Reglamento para Aplicación de Incremento por Desempeño Colectivo del Artículo 7° de la ley N° 19.553; el Decreto Supremo N° 283/2014 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que designa a don Ernesto Muñoz Lamartine como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor; el Ord. N° 6562/2016 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que aprueba la propuesta de Convenio de Desempeño colectivo 2017, y la Resolución N° 1.600, de 2008 de la Contraloría General de la República.

**CONSIDERANDO:**

1.- Que, los artículos 1° y 2° de la ley N° 19.553, conceden una asignación de modernización a los funcionarios de planta y a contrata de las instituciones regidas por la normas remuneracionales del Decreto ley N° 249/1974.

2.- Que, la aludida asignación está compuesta por tres elementos cuales son: un componente base; un incremento por desempeño institucional y un incremento por desempeño colectivo, cuyos montos corresponden a determinados porcentajes de los estipendios indicados en el artículo 4° de la ley N° 19.553.

3.- Que, respecto al incremento por desempeño colectivo, el artículo 7° inciso primero de la Ley N° 19.553, señala que: " será concedido a los funcionarios que se desempeñen en los equipos, unidades o áreas de trabajo, en relación con el grado de cumplimiento de las metas anuales fijadas para cada uno de ellos, . Se indica además en la letra d) de este artículo que las metas y sus indicadores, quedarán establecidas, junto con los equipos, unidades o áreas, en un convenio de desempeño que anualmente deberán suscribir los servicios con el respectivo ministro, en el último trimestre de cada año.

4°.- Que, con fecha 14 de noviembre de 2016, se suscribió el Convenio de Desempeño Colectivo 2017 a que se refiere el considerando anterior, entre el Servicio Nacional del Consumidor y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

5.- Que, el Decreto Supremo N° 983/2003, del Ministerio de Hacienda, que Aprueba el reglamento para la aplicación de incremento de desempeño colectivo del artículo 7° de la Ley N° 19.553, señala

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

en su artículo 19° que: "Mediante resolución o decreto, el respectivo Jefe Superior del Servicio formalizará el Convenio de Desempeño dentro de los 10 días siguientes a su suscripción.

6.- Las facultades que la ley confiere al  
Director Nacional.

### RESUELVO:

**APRUÉBASE** el convenio para la aplicación del incremento de desempeño colectivo establecido en el artículo 7° de la Ley N° 19.553, suscrito entre el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y este Servicio, de fecha 14 de noviembre de 2016, el cual se transcribe a continuación:

"Que, con fecha 14 de Noviembre de 2016, entre don Luis Felipe Céspedes, Ministro de Economía, Fomento y Turismo, domiciliado en Avenida Libertador Bernardo O'Higgins N° 1449, Santiago Downtown Torre II, Santiago y don Ernesto Muñoz Lamartine, Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, domiciliado en Agustinas 853, Santiago, Región Metropolitana, se ha convenido lo siguiente:

**PRIMERO:** Que mediante el presente acto vienen a suscribir un Convenio de Desempeño del Servicio Nacional del Consumidor el cual tendrá vigencia durante todo el año 2017 para los efectos previstos en la Ley N° 19.553 que concede asignación de modernización y otros beneficios que indica y su reglamento, contenido en Decreto Supremo del Ministerio de Hacienda N° 983, publicado en el Diario Oficial con fecha 12 de enero de 2004.

**SEGUNDO:** El objetivo del presente Convenio es fomentar el compromiso de las instituciones con el mejoramiento de la gestión, lo que debe traducirse en resultados concretos que vayan en beneficio para ellas, del sector al que pertenecen y por extensión, a toda la institucionalidad pública.

Para el cumplimiento de este objetivo, se han definido 7 Centros de Responsabilidad junto con sus metas e indicadores, las que han sido diseñadas conforme a las labores desarrolladas para el proceso institucional de Planificación Estratégica y Operativa.

**TERCERO:** Las partes contratantes definen los equipos de trabajos, las metas, los indicadores de gestión, sus ponderadores, los medios de verificación y demás antecedentes que se indican según se expone a continuación.

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Dirección Nacional

Encargado: FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS

**INTEGRANTES:**

AMADOR RODRIGO GALVEZ DONOSO  
ANGELINA CARTES CARTES  
CAROLINA ANDREA GAJARDO YAÑEZ  
CATALINA ANDREA ALVAREZ LEYTON  
CATALINA ANDREA HUIDOBRO TÖRNVALL  
DIEGO HORACIO ESPINOZA GALAZ  
FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS  
FRANCINE CORRIALES UGALDE  
FRANCISCA RIVERA PIZARRO  
IGNACIO ALBERTO SOTO CASTRO  
JOCELYN PATRICIA PINO ARAYA  
JOHANNA CAROLINE MADARIAGA VALENZUELA  
JOSE MIGUEL DIAZ DIAZ  
LESLIE VANESSA ABARCA AGUILERA  
MARCIA LOAYZA MONDACA  
MARGARITA MARIA MORALES CAYUPI  
MARIA ISABEL GACITUA MORIS  
MARIA LORETO GONZALEZ LAZO  
MARIA SOLEDAD PADRUNO CASTAÑEDA  
MARIO ALFREDO BECKER CARES  
MAURICIO JAVIER MORA MONTECINOS  
PAULA MENDOZA GONZALEZ  
PEDRO ENRIQUE FLORES ROMERO  
ROBERTO DANIEL ZEREGA GONZALEZ  
RODRIGO ANDRES MATELUNA ESTAY  
ROXANA PAILLALEF PAILLALEF  
SEBASTIAN BERNABE PIÑA NUÑEZ  
TERESA JACQUELINE COFRE MUÑOZ  
TRINIDAD UNDURRAGA VICUÑA  
VERONICA PALMA CONTRERAS

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>4 Reportes de Gestión por Proceso proporcionados a la dirección nacional con temas relevantes respecto al nivel de actividad de los procesos, así como resultados de gestión realizados.</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	N ° de Reportes de Gestión por Proceso proporcionados a la Dirección Nacional con temas relevantes respecto al nivel de actividad de los procesos, así como resultados de gestión realizados.
Base de cálculo:	Sumatoria de Reportes de Gestión por Proceso dispuestos al Director Nacional.
Medio verificación:	de A) Diseño Reporte Validado por el Director Nacional. B) Reportes de Gestión por Proceso enviado por correo electrónico al director nacional.
Ponderador:	25,00
Responsable:	FRANCINE CORRIALES UGALDE
Nota explicativa:	1) Los Reportes contendrán información del nivel de actividad y otros indicadores de gestión, de aquellos procesos del negocio que el director nacional determine que son relevantes para la gestión institucional. Los procesos seleccionados serán aquellos que se encuentran en el Mapa de Procesos vigente a marzo de 2017, tales como, Modelo de Atención, Mecanismos de Protección, Generación de Información de Consumo, entre otros. 2) El diseño deberá al menos indicar la información y análisis exigidos para los reportes, la periodicidad de los datos así como la del reporte. 3) Los Reportes deben responder a las exigencias del Diseño validado por el director nacional.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% de cumplimiento de la Agenda crítica de control de Fiscalía administrativa y Auditoría Interna</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficiencia
Indicador:	Porcentaje de cumplimiento de la Agenda crítica de control de Fiscalía administrativa y Auditoría Interna.
Base de cálculo:	$(N^{\circ} \text{ de actividades implementadas de la Agenda crítica de control en el año } t / N^{\circ} \text{ de actividades planificadas en la Agenda crítica de control para el año } t) * 100$
Medio verificación:	de A) Diagnóstico de necesidades de control/intervención de FA y AI. B) Agenda crítica de control aprobada por Director Nacional. C) Evidencia de la implementación de acciones. D) Reporte de avance segundo y tercer trimestre año t. E) Reporte final de implementación.
Ponderador:	25,00
Responsable:	VERONICA PALMA CONTRERAS
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. La Agenda Crítica comprende una fijación de áreas temáticas tendiente a disminuir brechas control interno, de interés del director nacional, mediante las cuales se fijarán acciones concretas a desarrollar durante el año t.</li><li>2. Diagnóstico y Agenda crítica de control (visada por DN) serán definidos a más tardar a 30 de mayo 2017, sin embargo, éstos podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.</li><li>3. Los medios de verificación de las acciones de la agenda crítica de control serán proporcionados conforme a las iniciativas abordadas durante el período, e identificados en los reportes de avance y final, según corresponda.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>60 % de acciones implementadas derivadas del monitoreo de las redes sociales del Servicio o de los informes de satisfacción de campañas u otras fuentes de información.</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Calidad del Servicio
Indicador:	Porcentaje de acciones implementadas derivadas del monitoreo de las redes sociales del Servicio o de los informes de satisfacción de campañas u otras fuentes de información.
Base de cálculo:	(Número de acciones implementadas en el año t /Total de acciones contenidas en el Plan de Acción validado por el director nacional para el año t)*100.
Medio verificación:	de A) Reporte de Monitoreo de comunicaciones estratégicas. B) Plan de Acción de Medidas validado por el director nacional. C) Medios de Verificación que dan cuenta de la implementación de las acciones contenidas en el Plan D) Reportes de avance segundo y tercer trimestre E) Reporte de cumplimiento final
Ponderador:	25,00
Responsable:	CATALINA ANDREA HUIDOBRO TÖRNVALL
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El reporte de monitoreo se realizará a partir del análisis del monitoreo de redes sociales y otras fuentes de información relativa a las comunicaciones del Servicio, todo debidamente señalado en el mismo.</li><li>2. El análisis será presentado a la dirección para su revisión y validación, quedando en el Plan de Acción las medidas priorizadas por el Director Nacional.</li><li>3. La acción a implementar será definida por la dirección nacional tras la revisión de diversos factores como viabilidad, presupuesto, etc.</li><li>4. La acción a implementar podrá ser, por ejemplo, mejoras comunicacionales (sitio web, contenidos en redes sociales, contenidos en campañas, folletería, entre otros) o mejoras en otros productos del Servicio.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	5. Esta meta estará sujeta a que el monitoreo arroje un diagnóstico que permita levantar acciones a implementar. <b>80% de cumplimiento del Plan de Relacionamiento de la Dirección Nacional en el año t</b>
<b>Producto estratégico:</b>	Información, educación, protección y participación ciudadana.
<b>Objetivo estratégico:</b>	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.
<b>Dimensión:</b>	Eficiencia
<b>Indicador:</b>	Porcentaje de cumplimiento del Plan de Relacionamiento Institucional aprobado por el Director Nacional en el año t.
<b>Base de cálculo:</b>	$(\text{Número de acciones del Plan de Relacionamiento Institucional implementado en el año t} / \text{Total de acciones contenidas en el Plan de Relacionamiento Institucional del año t}) * 100$
<b>Medio verificación:</b>	de A) Plan de Relacionamiento Institucional año t aprobado por el Director Nacional B) Medios de verificación que dan cuenta de la realización de las acciones contenidas en el Plan C) Reportes de avance para el segundo y tercer trimestre del año t D) Reporte de Cumplimiento Final del Plan de Relacionamiento Institucional
<b>Ponderador:</b>	25,00
<b>Responsable:</b>	FELIX TOMAS MERCADO BERRIOS
<b>Nota explicativa:</b>	1. El Plan de Relacionamiento Institucional tiene por objeto ampliar la red de cobertura del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, mediante una serie de acciones de coordinación y relacionamiento con Instituciones nacional y extranjeras, cuya naturaleza esté vinculada a la protección del consumidor y/o vigilancia de los mercados. Las acciones contenidas en el Plan, podrán derivar en convenios, medas de trabajo, fortalecer contactos, retroalimentación de información, entre otras. 2. El Plan de Relacionamiento indicará las acciones a implementar así como los medios de verificación que darán cuenta de su realización. 3. El Plan de Relacionamiento Institucional deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

semestre del año t. Sin embargo, podrán ser actualizados en virtud de contingencias relevantes para la institución, justificadas en el mismo documento, a más tardar el 30 de septiembre, bajo las mismas condiciones que la versión original.

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección Desarrollo Institucional

Encargado: ANA MARIA BECERRA PUEBLA

**INTEGRANTES:**

ALEJANDRO SALAZAR CONTRERAS  
ALVARO NUÑEZ REBOLLEDO  
ANA MARIA BECERRA PUEBLA  
BETZABET LISONI CORNEJO  
CAMILO PEÑALOZA ASTUDILLO  
CESAR EDUARDO ARAYA VARGAS  
CESAR EDUARDO MONSALVE MONTECINOS  
CLAUDIO ESTEBAN SALVATIERRA ARC AYA  
CLAUDIO RAUL LEPIN MENA  
CRISTIAN IGOR ORTEGA LAGOS  
CRISTIAN MARCELO PINTO MIRANDA  
ELIZABETH ALONDRA SUTHERLAND JARA  
EMILIA ROSA LOPEZ CIFUENTES  
EXEQUIEL NAVARRO TELLO  
FABIOLA ESPINDOLA SILVA  
FELIPE ALEJANDRO VELASQUEZ SOLIS  
FELIPE ANDRES FLORES CARTES  
FRANCISCO JAVIER BUSTAMANTE VERA  
GUILLERMO RAYO ARAVENA  
HECTOR MANUEL VIELMA LAGOS  
ISABEL CRISTINA HENRIQUEZ LOPEZ  
JORGE GUILLERMO GONZALEZ MATTHIES  
JOSE FELIPE VIDAL PEÑALOZA  
JUAN ALBERTO RIQUELME NUÑEZ  
JUANA ANDREA RAMIREZ HERRERA  
JUDITH FRACZINET CRISTI  
KAREN NATALIA PLAZA ROSALES  
KARINA AVENDAÑO SANTANA  
KARINA SOLEDAD SEPULVEDA ROMEO  
KATYA SOLEDAD MONCADA GONZALEZ  
LORETO VICTORIA GARCIA SALAS  
MANFREDO ANDRÉS MOLINA CABEZAS  
MARCELA GABY GUZMAN LIMARI  
MARGARITA MARIA CABEZAS CABEZAS  
MARIA BERTA PEÑALOZA VELASQUEZ  
MARIA ELENA MATTHEWS SOTO

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

MARIA FABIOLA CORTES CACERES  
MARIANA PONCE PAEZ  
MONICA SUSANA SOZA ALIAGA  
PAMELA ANDREA GUTIERREZ CIFUENTES  
PAMELA GUTIERREZ MUÑOZ  
PAULA OLMEDO ROJAS  
PAULINA LORETO MARTINEZ ALARCON  
SEBASTIAN GONZALEZ MUÑOZ  
SEBASTIAN JOFRE FERNANDEZ  
SONIA BERNARDA GONZALEZ HERNANDEZ  
TANIA VALESKA BIALOSTOCKI ABBOTT  
TATIANA PAMELA GONZALEZ VERA  
VICTOR MANUEL VALDES CACERES  
XIMENA SOLEDAD CAMPOS BARBA

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% de cumplimiento de las acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional en el año t.</b>
Producto estratégico:	Información, educación, protección y participación ciudadana.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de cumplimiento de las acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional en el año t.
Base de cálculo:	$(\text{Número de acciones implementadas del Plan de Desarrollo Institucional en el año t} / \text{Número de acciones contenidas en el Plan de Desarrollo Institucional del año t}) * 100$
Medio verificación:	de A) Plan de Desarrollo Institucional 2017 aprobado por la Dirección Nacional. B) Medios de verificación que dan cuenta de la realización de las acciones contenidas en el Plan. C) Reporte de avance segundo y tercer trimestre. D) Reporte final de Cumplimiento del Plan de Desarrollo Institucional año t.
Ponderador:	40,00
Responsable:	ANA MARIA BECERRA PUEBLA
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El Plan de Desarrollo Institucional será remitido para aprobación a más tardar el 31 de marzo de 2017.</li><li>2. El Plan de Desarrollo Institucional deberá estar aprobado durante el primer semestre del 2017.</li><li>3. El plan de desarrollo institucional incluye las iniciativas contempladas en el Plan de Pre-Fortalecimiento y Fortalecimiento de SERNAC del ADP DN, relativas a las áreas de esta SDDI.</li><li>4. El Plan de Desarrollo Institucional ha de incluir dentro de sus acciones, el desarrollo de un cuadro de mando para la SDDI.</li><li>5. El Plan de Desarrollo Institucional en particular, también contendrá dentro de sus acciones el desarrollo de una estrategia en el ámbito de personas. Asimismo, para cada una de sus acciones identificará el impacto en el bienestar de éstas.</li><li>6. El Plan de Desarrollo Institucional indicará claramente las acciones comprometidas para el 2017, así como los medios de verificación que darán cuenta de su implementación.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

7. Las modificaciones al proyecto de ley, para el Fortalecimiento del Sernac, podrían afectar la implementación del Plan, por lo cual, dará lugar a una actualización debidamente fundada del mismo a más tardar en septiembre del 2017.

8. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.

**Meta:** **80% de cumplimiento del plan de satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t.**

**Producto estratégico:** Información, educación, protección y participación ciudadana.

**Objetivo estratégico:** 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.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Porcentaje de cumplimiento del plan de satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t.

**Base de cálculo:**  $(\text{Número de acciones implementadas del Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional en el año t} / \text{Número de acciones contenidas en el Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional del año t}) * 100$

**Medio verificación:** de A) Documento con el levantamiento y selección de productos/servicios de la Subdirección de Desarrollo Institucional.  
B) Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional aprobado por el Director Nacional.  
C) Medios de verificación que dan cuenta de las realización de las acciones contenidas en el Plan.  
D) Reporte de avance segundo y tercer trimestre.  
E) Reporte final de Cumplimiento del Plan de Satisfacción de la Subdirección de Desarrollo Institucional 2017.

**Ponderador:** 25,00

**Responsable:** KARINA AVENDAÑO SANTANA

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Nota explicativa:
1. Para la elaboración del Plan de Satisfacción de la Subdirección, se realizará un levantamiento y selección de productos/servicios de gestión interna de los procesos bajo la responsabilidad de la Subdirección, así como, de sus atributos para los usuarios internos, para el desarrollo de instrumentos homologables de satisfacción (acciones previas al plan).
  2. Considera una aplicación previa del instrumento (acciones previas al plan).
  3. Supone la definición de un plan anual, vistos los resultados cuantitativos y cualitativos.
  4. Requiere una aplicación posterior del instrumento a fin de evaluar impacto del plan y sus ajustes posteriores, así como definiciones de metas relativas al indicador de satisfacción probado.
  5. Otras modificaciones o actualizaciones podrán efectuarse hasta el 30 de septiembre de 2017, en versión aprobada por el Director Nacional.

**Meta:** **3 procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.**

**Producto estratégico:** Información, educación, protección y participación ciudadana.

**Objetivo estratégico:** 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.

**Dimensión:** Calidad del Servicio

**Indicador:** Sumatoria de procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.

**Base de cálculo:** Sumatoria de procesos de la Subdirección de Desarrollo Institucional que incorporan mejoras.

**Medio verificación:** de A) Minuta fundada de priorización de procesos de la Subdirección a analizar y mejorar.  
B) Minuta de mejora por proceso priorizados.  
C) Minuta que da cuenta de las acciones efectuadas y las mejoras.  
D) Medios de verificación que dan cuenta de las realización de las acciones efectuadas y las mejoras.  
E) Reporte de cumplimiento final.

**Ponderador:** 35,00

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Responsable: ANA MARIA BECERRA PUEBLA

- Nota explicativa:
1. Se entenderán por mejoras aquellas tendientes a impactar el desempeño de los procesos en variables como tiempos, estandarización, aplicación de tecnologías, reducción de etapas, satisfacción de usuarios, participación de usuarios, entre otros.
  2. Minuta con identificación de las mejoras a realizar en cada proceso, aprobada por Planificación Estratégica y Calidad.
  3. Los procesos han de corresponder a aquellos vigentes en el mapa de procesos SERNAC a marzo de 2017.

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección de Consumidores y Mercados

Encargado: RICARDO LOYOLA MORAGA

**INTEGRANTES:**

ALEJANDRA VICTORIA VEGA ECHEVARRIA  
ALONSO VEGA VIDAL  
ANA KARINA TORRES CAMPOS  
ANA MARIA BERRADE ESPINOZA  
BERNARDITA BUDINICH APARICIO  
CAMILA VALENZUELA BONE  
CARLA SANDOVAL LEIVA  
CARLOS DANIEL JACOBY CEBALLOS  
CAROLINA GONZALEZ YAÑEZ  
CATHERINE ADRIANA ABBAS GALLARDO  
CATHERINE SABRINA MARSHALL BARRALES  
CESAR ANDRES VARELA VARGAS  
CHRISTIE MATTHEWS STUVEN  
CRISTIAN MARCELO HERNANDEZ FUENTES  
CRISTINA MARCELA FLORES UMAÑA  
DANIEL ALBERTO TRONCOSO FUENTES  
DANIOLA NICOL PARRA AGÜERO  
EMILIO JOAQUIN MATAS ABELLA  
ERICK FERNANDO SAYES BUSTAMANTE  
ESMERALDA DE LOURDES MUÑOZ BRAVO  
FRANCISCA CORTES SANCHEZ  
FRANCISCO JAVIER SANHUEZA SAN AMRTIN  
GABRIEL RODRIGUEZ CASTRO  
GLORIA LORETO MORENO LILLO  
JUAN CARLOS BENITO MEDINA VARGAS  
JUAN MANUEL RIVERA OSORIO  
JULIO PEREZ GONZALEZ  
KAREN VALVERDE AHUMADA  
KATHERINE PAOLA ROCHER RIVERA  
LAURA CONSTANZA CARRERA FERRER  
LORETO CAMPOS ROSALES  
MAGALY IVONNE GALLEGOS BELMAR  
MANUEL IGNACIO SAEZ ZU DHONA  
MARIA IGNACIA VALDIVIESO CARIOLA  
MARIA TERESA MERA SOTO

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

MIGUEL VALENZUELA BUSTOS  
MONICA OLIVARES VIVANCO  
NELSON BERNARDO LAFUENTE LOBOS  
NICCOLO JOSE STAGNO OVIEDO  
NICOLE AZOCAR MUÑOZ  
NURY ISIDORA MUÑOZ ARZOLA  
ORLANDO PRADENAS DONOSO  
PABLO ALEJANDRO ACCHIARDI LAGOS  
PAOLA ELIANA MEGL GALLEGOS  
PATRICIA QUIROZ MATUS  
PATRICIO EDMUNDO BOETTIGER CAMPOS  
PAUL DAVID LAULIE AVALOS  
PAULA JARA ECHEGOYEN  
PAULINA ESPINOZA SERRA  
PEDRO RIOS PARRA  
RICARDO GONZALO ORTIZ CARRERA  
RICARDO LOYOLA MORAGA  
ROSA TERESA MALDONADO ROMAN  
SAMUEL PATRICIO INFANTE LARRONDO  
SULEY JOSÉ VERGARA CANEC  
TATIANA DE LOURDES GAJARDO ALVAREZ  
VALENTINA CATALINA BENFORADO GARCIA  
VALERIA COLPI ROJAS  
VICTOR ANDRES BARRERA GALLEGUILLOS  
VICTOR SAEZ ACUÑA  
VIVIANA VALENTINA CONTRERAS CONTRERAS

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>85% de acciones implementadas del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del Modelo de Atención del Consumidor(MAC) en el año t.</b>
<b>Producto estratégico:</b>	Orientación, asesoría jurídica y protección
<b>Objetivo estratégico:</b>	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
<b>Dimensión:</b>	Calidad del Servicio
<b>Indicador:</b>	Porcentaje de implementación de acciones del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del Modelo de Atención del Consumidor(MAC) en el año t.
<b>Base de cálculo:</b>	$(\text{Número de acciones del Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC implementadas en el año t} / \text{Total de acciones contenidas en el Programa de Mejoras a la base de datos e interfaz del MAC}) * 100$
<b>Medio verificación:</b>	de A) Levantamiento y sistematización de debilidades del funcionamiento del Modelo de Atención al Consumidor de Consultas y Reclamos B) Diagnóstico compartido con identificación de brechas priorizadas por la Subdirección de Consumidores y Mercados C) Programa de Mejoras MAC con al menos las acciones de mejora a la base de datos e interfaz del MAC a implementar el 2017. D) Los medios de verificación que dan cuenta de la implementación de las mejoras junto Reporte de Avance.
<b>Ponderador:</b>	35,00
<b>Responsable:</b>	NELSON BERNARDO LAFUENTE LOBOS
<b>Nota explicativa:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El Diagnóstico contendrá un análisis de de las causas y posibles soluciones a las debilidades detectadas en el levantamiento. El Diagnóstico contendrá además las brechas priorizadas y deberá ser co-construido por funcionarios de diferentes equipos de la Subdirección. Para ello deberá realizar un trabajo colaborativo y participativo de todas las áreas de la Subdirección, liderada por sus jefaturas.</li><li>2. El Programa de Mejoras MAC deberá ser aprobado por el director nacional durante el primer semestre 2017.</li><li>3. El Programa de Mejoras MAC deberá identificar los</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

medios de verificación que darán cuenta de las mejoras implementadas.

4. Las mejoras deberán ser concordantes con el Proyecto de Modernización 2017.

5. Se requerirá la participación de otras áreas fuera de la Subdirección de Consumidores y Mercados, como por ejemplo, D.Desarrollo Tecnológico, Direcciones Regionales o Subdirección Jurídica, por lo que se requiere de su participación en algunas etapas del proceso.

6. Para las mejoras asociadas a tecnología, éstas estarán sujetas a la aprobación del presupuesto y priorización asociado al Proyecto de Modernización 2017.

**Meta:** **85% de acciones de mejora o de innovación implementadas en los productos o procesos con foco en la calidad y en los consumidores, liderados por los Departamentos pertenecientes a la Subdirección de Consumidores y Mercado, a partir de los resultados de satisfacción de los consumidores del año 2016, complementada con información de percepción y resultados de gestión.**

**Producto estratégico:** Orientación, asesoría jurídica y protección

**Objetivo estratégico:** Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Porcentaje de acciones de mejora o de innovación implementadas en los productos o procesos con foco en la calidad y en los consumidores, liderados por los Departamentos pertenecientes a la Subdirección de Consumidores y Mercado, a partir de los resultados de satisfacción de los consumidores del año 2016, complementada con información de percepción y resultados de gestión.

**Base de cálculo:**  $(N^{\circ} \text{ de acciones de mejoras o innovaciones del Programa de Trabajo año 2017 e implementadas en el año } t / N^{\circ} \text{ de acciones de mejora priorizadas en el Programa de Trabajo 2017, a partir de resultados de mediciones de satisfacción 2016}) * 100$

**Medio de verificación:** de A) Resultados Satisfacción Institucional año 2016  
B) Documento con la identificación de mejoras orientadas a mejorar la satisfacción institucional.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

C) Programa Trabajo 2017 con mejoras priorizadas de la Subdirección aprobado por la Dirección Nacional.  
D) Reporte de Avance segundo y tercer trimestre y Reporte Final de la implementación de mejoras último trimestre.  
E) Medios de verificación de las mejoras implementadas, identificados en el Programa de Trabajo 2017.

Ponderador: 35,00

Responsable: ALONSO VEGA VIDAL

Nota explicativa: 1. El Documento con la identificación de mejoras, debe incluir un análisis de resultados de satisfacción e identificar acciones de mejora o de innovación, al menos de los productos considerados en el índice de satisfacción de la Subdirección.  
2. A partir de este Documento, la Subdirección elaborará el Programa Trabajo año 2017, que contendrá las acciones priorizadas a ejecutar durante el año, con identificación de los medios de verificación y plazos referenciales de implementación. Este Programa deberá estar aprobado durante el primer trimestre del año 2017 por la Dirección Nacional.

Meta: 3. Las mejoras o innovaciones a considerar deberán buscar generar impacto en la calidad de los productos estratégicos.  
**20% de productos, asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto.**

Producto estratégico: Información de Mercado y Consumo.

Objetivo estratégico: 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.

Dimensión: Eficacia

Indicador: Porcentaje de productos, asociados a los procesos de negocio liderados por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados que cuentan con una propuesta de metodología de evaluación de impacto.

Base de cálculo:  $(N^{\circ} \text{ de productos priorizados con una metodología de evaluación de impacto definida} / N^{\circ} \text{ de productos priorizados asociados a los procesos de negocio liderados})$

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

por los Departamentos de la Subdirección de Consumidores y Mercados) \*100

- Medio de verificación: de A) Documento de identificación de los actores relevantes para la Subdirección, junto con los clientes y productos.  
B) Elaboración un Tablero de Información para la Subdirección, que contemple una visión conjunta de sus departamentos.  
C) Documento con identificación de los productos priorizados a los cuales se elaborará una metodología de evaluación de impacto.  
D) Documento Metodología de evaluación de impacto definida para los productos seleccionados presentada a la Dirección Nacional para su aprobación.
- Ponderador: 30,00
- Responsable: PAULA JARA ECHEGOYEN
- Nota explicativa: 1. Los procesos deberán seleccionarse del Mapa de Proceso vigente a marzo del año t, desde el cual se identificarán los actores (o stakeholders) relevantes para la Subdirección, junto con sus clientes y productos.  
2. La identificación de productos utilizará la información disponible en las Fichas de Proceso respectivas, así como documento Productos Estratégicos 2017, en su 3er nivel (productos específicos) proporcionado por el Departamento de Planificación Estratégica y Calidad.  
3. La Metodología de Impacto podrá abordar uno o más productos, es decir, para evaluar el impacto de productos, podría utilizarse una misma metodología.  
4. El Tablero de Información corresponderá al diseño de éste, considerando indicadores o información relevante para la gestión de la Subdirección.  
5. El diseño de la metodología de evaluación de impacto deberá estar orientada a la medición del cambio de conducta observable y vinculado a los productos y servicios de Sernac" y buscará generar directrices para la estandarización de metodologías para los productos Sernac.  
6. La Metodología de evaluación de impacto deberá considerar al menos algunos de los productos asociados al proceso de "Mecanismos de Protección".

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Subdirección Jurídica

Encargado: ANDRES HERRERA TRONCOSO

**INTEGRANTES:**

ANDRES HERRERA TRONCOSO  
BLAS EUGENIO GONZALEZ FEHRMANN  
CAROLINA PAZ NORAMBUENA ARIZABALOS  
CLAUDIA CAJIAS ALVAREZ  
DANIELA SAN MARTIN SAN MARTIN  
EDITH NATALIA CUEVAS GONZALEZ  
ELIAS CARVAJAL AHUMADA  
EUGENIA RITA CUEVAS GONZALEZ  
FERNANDA CAVADA DIAZ  
GUILLERMO FUENZALIDA ZICKENDRAHT  
HUGO VON DESSAUER GARRIGA  
IVONNE VALDIVIESO TEREZ  
JERARDO FRANCISCO LEBUY MARTINEZ  
JOSE LUIS PISMANTE ARAOS  
JOSE MANUEL PIÑA NUÑEZ  
LUIS ALBERTO ALVAREZ ESTAY  
MAGDALENA LAZCANO MATURANA  
MARIA ALEJANDRA TREMOLINI PEDRERO  
MARÍA GABRIELA MILLAQUEN URIBE  
MATIAS JARPA FERNANDEZ  
MAX BECKER GANA  
MIGUEL ANGEL PAVEZ HERNANDEZ  
RODRIGO ANDRES MARTINEZ ALARCON  
RODRIGO ROMO LABISCH  
ROSA SAEZ GACITUA  
XIMENA SOLEDAD SOTO TELLEZ  
YURI ANGELO GHISELLINI STAPPUNG

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>40% de Mediaciones Colectivas cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de Mediaciones Colectivas cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses.
Base de cálculo:	$(\text{Sumatoria de mediaciones colectivas abiertas y cerradas en el año } t, \text{ cuyo tiempo de tramitación es igual o inferior a 3 meses} / \text{Sumatoria de Mediaciones Colectivas abiertas en el año } t) * 100$
Medio verificación:	de Oficios de apertura Mediaciones Colectivas. Correos electrónicos (o equivalente) de aceptación, rechazo o cierre. Planilla de control.
Ponderador:	40,00
Responsable:	RODRIGO ROMO LABISCH
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Supone Mediaciones colectivas (MC) gestionadas institucionalmente, esto es, tanto por la División Jurídica (DJ), como por la División de Consumo Financiero (DCF) y las Direcciones Regionales, o equivalentes.</li><li>2. El plazo de tramitación comenzará a regir desde los 3 días hábiles siguientes a la fecha del oficio de la MC enviado al proveedor y se contabilizará hasta el cierre de la MC.</li><li>3. El plazo de tramitación comenzará a regir desde los 3 días hábiles siguientes a la fecha del oficio de la MC enviado al proveedor y se contabilizará hasta el cierre de la MC. Para efectos del presente indicador se entenderá por MC cerrada en el año t aquellas en que SERNAC, a través del CSC, haya aceptado o rechazado la propuesta de solución presentada por el proveedor o haya dispuesto el cierre de la misma, en caso de no existir propuesta del proveedor. Además, para todos los efectos de este indicador, se entenderán cerrada aquella MC que se encuentre en tramitación al 31 de diciembre de 2017 y que, a esa fecha, tengan un plazo de tramitación igual o inferior a 3 meses. Sin perjuicio de lo anterior, y a efectos de su medición en 2018, las MC</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

abiertas en 2017 y que sigan su tramitación en 2018 se continuarán contabilizando para el año t+1, computándose el periodo de 3 meses desde su inicio efectivo, esto es, en 2017.

<b>Meta:</b>	<b>55% de acciones judiciales ejercidas dentro de un periodo de dos meses posteriores a la resolución del Comité de Soluciones Colectivas</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de acciones judiciales ejercidas dentro de un periodo de dos meses posteriores a la resolución del Comité de Soluciones Colectivas
Base de cálculo:	$(\text{Sumatoria de acciones judiciales ejercidas en un periodo igual o inferior a 2 meses posteriores a la decisión adoptada por el CSC, realizadas en el año } t) / (\text{Sumatoria del total de acciones judiciales aprobadas por el CSC, en el año } t) * 100$
Medio verificación:	de A) Acta o minuta del Comité de Soluciones Colectivas con fecha y con la identificación de la acción judicial a realizar. B) Copia de acciones judiciales interpuestas. C) Planilla Control de Acciones Judiciales.
Ponderador:	20,00
Responsable:	RODRIGO ROMO LABISCH
Nota explicativa:	1. Para efectos del indicador, se considerarán todas las instrucciones del Comité de Soluciones colectivas (CSC) que lleven más de dos meses al momento del término del período. 2. De este modo, las acciones judiciales que no se encuentren ejercidas y que, al 31 de diciembre de 2017, tengan menos de 2 meses desde su aprobación por parte del CSC, no se considerarán en el denominador. Lo anterior,

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

sin perjuicio que, para su medición en 2018, se continuarán contabilizando las acciones judiciales aprobadas en 2017 y que no se hayan ejercido al 31 de diciembre de ese año, computándose el periodo de 2 meses para su interposición desde que haya sido aprobada por el CSC. En la medición se considerará como dentro del período hasta el día del mes en el que fue enviada la instrucción, sumándole dos meses. Es decir, si la instrucción se envió el 15 de febrero se entenderá dentro de plazo si la acción judicial se interpuso hasta el 15 de abril del mismo año, independiente de los días que el(los) mes(es) tenga(n).

3. Se entenderán como acciones judiciales emprendidas, para el cumplimiento del presente indicador, 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 u oficios 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 medición colectiva.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** **70% de brechas detectadas en el proceso de vigilancia con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, con propuesta(s) de acción(es) de protección aprobada(s) por el Comité de Vigilancia**

**Producto estratégico:** Orientación, asesoría jurídica y protección

**Objetivo estratégico:** Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Porcentaje de brechas detectadas en el proceso de vigilancia con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, con propuesta(s) de acción(es) de protección aprobada(s) por el Comité de Vigilancia

**Base de cálculo:** (Sumatoria de brechas detectadas en el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, con propuesta(s) de acción(es) de protección aprobada(s) por el Comité de Vigilancia / Sumatoria de brechas detectadas en el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica) \*100

**Medio verificación:** de A) Actas del Comité de Vigilancia donde se conste la aprobación de cada una de las propuestas de acción de protección formuladas por la Subdirección Jurídica, asociadas a cada brecha detectada, con evaluación de pertinencia favorable de la misma.  
B) Listado de brechas detectadas en el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia, favorable y desfavorable de la Subdirección Jurídica y su correspondiente justificación.  
C) Planilla de control.

**Ponderador:** 40,00

**Responsable:** RODRIGO ROMO LABISCH

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Nota explicativa:
1. Para efectos de este indicador se considerarán las brechas detectadas en el proceso de vigilancia, desarrollado por la Subdirección de Consumidores y Mercados, en conjunto con la Subdirección Jurídica, y que tengan evaluación de pertinencia favorable por parte de la Subdirección Jurídica.
  2. Por brecha se entenderá, en sentido amplio, todas aquellas prácticas, comportamientos o hechos realizados por actores del mercado que pudieran estimarse como contrarios a la LPC o a cualquier otra norma que proteja los derechos de los consumidores o que ha causado un perjuicio a éstos, y que deriven de información institucional o de los instrumentos de vigilancia disponibles (alertas, reclamos, monitoreos del mercado, etc.).
  3. Además, en la medición del presente indicador se considerará que las propuestas de acción de protección, sean una o más, y que estén asociadas a cada brecha, se contabilizarán como una sola en el numerador. El último listado de brechas levantadas por el proceso de vigilancia, con evaluación de pertinencia favorable de la Subdirección Jurídica, se realizará en el mes de noviembre para dar lugar al análisis y propuestas de acción de protección en el mes de diciembre. Dentro de las acciones de protección a proponer se incluirán, entre otras, denuncias de interés general, demandas colectivas, hacerse parte en presentaciones judiciales realizadas por terceros, presentaciones ante el Ministerio Público u organismos policiales, envío de oficios, actas de reuniones de mesas de trabajo con proveedores, aperturas de mediaciones colectivas, hacerse parte en procedimientos infraccionales seguidos ante organismos reguladores o fiscalizadores sectoriales y elaboración de guías de alcance jurídico.

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Norte

Encargado: MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

**INTEGRANTES:**

ALEJANDRO MARCELO ORTEGA MACIAS  
CLAUDIA AYALA HIDALGO  
CRISTINA DEL ROSARIO ARAYA RIVERA  
CRISTYNA DANIELA VILLARROEL POOL  
CYNTHIA NOEMI ROSSEL QUILODRAN  
DAISY VALERIA SEPULVEDA BAHAMONDE  
DANIELA VALLEJOS VALLEJOS  
DEBORA SAMANTA BELTRAN RODRIGUEZ  
DIBE ISABEL DIAZ POLANCO  
EDUARDO ALEJANDRO OSORIO QUEZADA  
EDUARDO ENRIQUE VALENZUELA TAPIA  
EDUARDO JAVIER MARIN CABRERA  
GLADYS DEL CARMEN VERA PACHECO  
HORST AXEL KALLENS BEALS  
JAZMIN ANDREA VARAS TABILO  
JESSICA MIRANDA CRUZ  
JORGE ALFREDO CORTES CALLEJAS  
JORGE ARTURO FRANCO YAÑEZ  
JOSE LUIS AGUILERA PACHECO  
LORENA ALEJANDRA VERGARA VERGARA  
MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES  
MARIA ELIZABETH FLORES ZEPEDA  
MARIA MERCEDES PIZARRO JERIA  
MARLENE IVONNE PERALTA AGUILERA  
NORMA AIDA GUERRA ROZAS  
PAOLA ALICIA AHUMADA ZARATE  
PATRICIA GALLO ROJAS  
RIGOBERTO APABLAZA OYANEDEL  
RODRIGO ALEJANDRO SANTANDER MARTIN  
ROSA DE LOURDES CORTEZ CONTRERAS  
SANDRA VITALIA SILVA VIDAL  
YASNA SUN-LYN ZEPEDA LAY

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Meta:** **10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.**

**Producto estratégico:** Información de Mercado y Consumo.

**Objetivo estratégico:** 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.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.

**Base de cálculo:** Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.

**Medio verificación:** de A) Metodología de información y estudios zonales.  
B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva.  
C) Productos informativo por región.  
D) Reporte final de cumplimiento.

**Ponderador:** 40,00

**Responsable:** MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

**Nota explicativa:** 1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar.  
2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80 % de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona</b>
<b>Producto estratégico:</b>	Educación para el Consumo Responsable
<b>Objetivo estratégico:</b>	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
<b>Dimensión:</b>	Economía
<b>Indicador:</b>	Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona
<b>Base de cálculo:</b>	$(N^{\circ} \text{ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período} / N^{\circ} \text{ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período t}) * 100$
<b>Medio verificación:</b>	de A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad. C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región validado por el Departamento de Educación para el Consumo.
<b>Ponderador:</b>	20,00
<b>Responsable:</b>	MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES
<b>Nota explicativa:</b>	1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa, el cual se envió a DIPRES. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales, los cuales se encuentra en el Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa y su cobertura real está sujeta a esta medición. 2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.

**Meta:** **6 mediaciones colectivas propuestas por la región de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t**

**Producto estratégico:** Orientación, asesoría  
jurídica y protección

**Objetivo estratégico:** Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.

**Dimensión:** Eficacia

**Indicador:** Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.

**Base de cálculo:** Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.

**Medio verificación:** de A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas.  
B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona.  
C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.

**Ponderador:** 40,00

**Responsable:** MARCELO ANDRES MIRANDA CORTES

**Nota explicativa:** 1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central  
2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Centro

Encargado: NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO

### **INTEGRANTES:**

ALEJANDRA BETSABETT PIZARRO DIAZ  
ANDREA EVELYN GALVEZ GONZALEZ  
ANGELO HEREDIA CID  
CARLO EDUARDO BONOMO FLORES  
CAROLINA DEL CARMEN RAMIREZ BUENO  
CAROLINA NUÑEZ MARDONES  
CLAUDIA LORENA JULIO VALLE  
DANINZA ELENA CAMPOS OSORIO  
EDUARDO ENRIQUE PEREZ MOLINA  
EFRAIN CONTRERAS BOLLA  
ERICK ALFREDO VASQUEZ CERDA  
ERICK ORELLANA JORQUERA  
ERIKA DEL CARMEN WILLS ALAMOS  
ESTEBAN PEREZ BURGOS  
EUGENIA PATRICIA POZO MIRANDA  
EVELYN FRANCESCA ROJAS GONZALEZ  
GLADYS MARCIA CORNEJO MORALES  
GONZALO JAVIER BLANCO TEJOS  
HADA BLANCA EUNICE RIOS OLAVARRIA  
ILDEFONSO MANUEL OLIVARES GONZALEZ  
INGRID FABIOLA GUTIERREZ CABRERA  
JEAN-PIERRE COUCHOT BAÑADOS  
JENNETTE GONZALEZ ORTIZ  
JESUS SAMUEL CARIAGA ALARCON  
JOCELYN VICTORIA URZUA BOZO  
JOHN DE JESUS NIETO VIDAL  
JOSELINE CARLA LEIVA BRAVO  
JUAN CARLOS LUENGO PEREZ  
JUAN PABLO PINTO GELDREZ  
JUANA DEL CARMEN ESPINOZA LAGOS  
KAREN SANTOS SANTOS  
KARINA YASMIN AGUILERA RIQUELME

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

MAURICIO AUGUSTO BEZANILLA PUMARINO  
MIGUEL ANGEL GUERRA MARTINEZ  
NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO  
PABLO CESAR CABRERA ARIAS  
PAOLA EDITH LLANTEN OLIVARES  
PAOLA JHON MARTINEZ  
PAULA ANDREA ALCAINO DIAZ  
PAULINA CID MUÑOZ  
RICHARD BRUNO NOVA MUÑOZ  
ROBERTO ALVARO CEA LUARTE  
ROBERTO ANDRES TOBAR PALMA  
RODRIGO CACERES ARELLANO  
ROSA JEANNETTE BETANCOURT SEREI  
SERGIO EDUARDO INAYAO OLIVA  
SILVIA ANDREA PRADO DURAN  
SILVIA PATRICIA VENEGAS ALVEAL  
SINAI TOSSO VASQUEZ  
SUSANA XIMENA GODOY POBLETE  
VICTOR HUMBERTO VILLANUEVA PAILLAVIL  
XIMENA AURORA COLIPI FONSECA  
XIMENA DONOSO REINOSO  
YESICA CAROLINA VALENZUELA VILLAGRA  
KATERIN CAROLINA BASTIAS OLEA  
KATHERINE DE LA LUZ ESPINOZA GONZALEZ  
LORENA PAREDES ARANCIBIA  
MAGALY DEL CARMEN CUEVAS RIQUELME  
MALVA ELIZABETH RIVAS NEIRA  
MARCELA ANDREA GONZALEZ HINOJOSA  
MARIA ANGELICA TORRES GOMEZ  
MARIA LORETO DEL ROSARIO ZURITA RAMIREZ  
MARISA TORO GALLARDO  
MARITZA ESPINA OPTIZ  
MAURICIO ALBERTO RETAMAL GRANADINO

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.</b>
Producto estratégico:	Información de Mercado y Consumo.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.
Base de cálculo:	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.
Medio de verificación:	A) Metodología de información y estudios. B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva. C) Productos informativos por región. D) Reporte final de cumplimiento
Ponderador:	40,00
Responsable:	NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
Nota explicativa:	1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar. 2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona</b>
Producto estratégico:	Educación para el Consumo Responsable
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona
Base de cálculo:	$\left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período}}{\text{N}^\circ \text{ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro el período}} \right) * 100$
Medio verificación:	de A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad. C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región validado por el Departamento de Educación para el Consumo.
Ponderador:	20,00
Responsable:	NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
Nota explicativa:	1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales y su cobertura real está sujeta a esta medición. 2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamente se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>15 mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.
Base de cálculo:	Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.
Medio verificación:	de A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas. B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona. C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.
Ponderador:	40,00
Responsable:	NICOLAS OCTAVIO CORVALAN PINO
Nota explicativa:	1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central 2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona. 3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **CENTRO DE RESPONSABILIDAD:**

Nombre: Zona Sur

Encargado: LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ

### **INTEGRANTES:**

ALBERTO ARTURO VEGA MOLL  
ANGELA DEL CARMEN ANDRADE VILLEGAS  
ANGELICA BEATRIZ SOBARZO ANDRADE  
ARTURO ARAYA RODRIGUEZ  
CARLA DENISSE GACITUA FIGUEROA  
CECILIA DEL CARMEN HERNANDEZ ALVARADO  
CLAUDIA PAOLA FAJARDO VALDEBENITO  
CLAUDIA PAOLA PAINEMAL ULLOA  
DENISSE CECILIA PEREZ OGDEN  
DORIS XIMENA CARRASCO HAUENSTEIN  
HERNAN ALFONSO BARRIENTOS VIAL  
JACQUELINE VIDAL QUINTANA  
JOCELYN KARINA AGUILERA GUTIERREZ  
JORGE OCTAVIO GIL LAGOS  
KAREN BUSTOS CALDERON  
KARIM TRAMOLAO TORRES  
KARINA ALEJANDRA ACEVEDO AUAD  
LILIBETH ANDREA PIÑA ALVARADO  
LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ  
LUISA ALEJANDRA MIRANDA MONDACA  
LYNDA CAROL BADILLA SALGADO  
MARIA FRANCISCA ORTIZ PBERG  
MARIA VERONICA GONZALEZ ORTEGA  
MARIANELA ODETTE BERTULINI COÑA  
NATALIA SANTANA MAUREIRA  
PAMELA ELIZABETH RAMIREZ JARAMILLO  
PAMELA PILAR FLORES MORA  
PAOLA ANDREA ZACCONI SEPULVEDA  
RODRIGO TOMAS ELGUETA IMARAY  
SANDRA JACQUELINE GARCIA URIBE  
SERGIO TILLERIA TILLERIA  
SUSAN ROXANA OJEDA HITSCHFELD  
TATIANA BEATRIZ LIEMPI CATRILEO  
TATIANA CASTILLO SOTO

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>10 productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.</b>
Producto estratégico:	Información de Mercado y Consumo.
Objetivo estratégico:	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.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Número de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.
Base de cálculo:	Sumatoria de productos informativos ejecutados por las regiones de la respectiva Zona, que cumplan con los requisitos establecidos por la metodología de información y estudios.
Medio de verificación:	A) Metodología de información y estudios zonales. B) Ficha de Estudio o Producto Informativo, validada por la contraparte técnica respectiva. C) Productos informativos por región. D) Reporte final de cumplimiento.
Ponderador:	40,00
Responsable:	LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ
Nota explicativa:	1. Los requisitos y las opciones temáticas a incluir en los diferentes productos informativos se van a incluir en el documento Metodología de información y estudios zonales. En dicha metodología además se indicará la forma de validar los productos informativos y los medios de verificación a utilizar. 2. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>80% de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona</b>
Producto estratégico:	Educación para el Consumo Responsable
Objetivo estratégico:	Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Porcentaje de Cobertura del programa de educación financiera respecto de lo planificado en la Zona
Base de cálculo:	$\left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de beneficiarios cubiertos por alguna iniciativa del programa de educación financiera en el período}}{\text{N}^\circ \text{ de beneficiarios planificados a cubrir por alguna iniciativa del programa de educación financiera en la zona dentro del período}} \right) * 100$
Medio verificación:	de A) Documento definición de actividades y cobertura planificada del programa de educación financiera por zona y por región B) Verificadores de cobertura según tipo de actividad. C) Reporte del Programa de Educación Financiera por Zona y Región validado por el Departamento de Educación para el Consumo.
Ponderador:	20,00
Responsable:	LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ
Nota explicativa:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. El programa de educación financiera incluye un amplio número de actividades asociadas al ámbito de educación formal y no formal y se encuentran descritas en el propio programa. Cada una de estas actividades va orientada a un grupo de beneficiarios potenciales y su cobertura real está sujeta a esta medición.</li><li>2. No es factible comprometer el 100% de cumplimiento dado que hay factores que dependen de externos en las actividades a realizar en el marco de la implementación del Programa de Educación Financiera. Fundamentalmente, se refieren a actividades en las cuales se desarrolla interoperabilidad, convenios e interrelación con otros organismos públicos, establecimientos educacionales, Direcciones municipales de Educación, sociedad civil, entre otros.</li></ol>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Meta:</b>	<b>5 mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.</b>
Producto estratégico:	Orientación, asesoría jurídica y protección
Objetivo estratégico:	Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
Dimensión:	Eficacia
Indicador:	Número de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el Comité de Soluciones Colectivas y aperturadas mediante oficio al proveedor en el año t.
Base de cálculo:	Sumatoria de mediaciones colectivas propuestas por las regiones de la respectiva Zona, aprobadas por el comité de soluciones colectivas y aperturadas mediante oficio en el año t.
Medio verificación:	de A) Oficios de apertura de mediaciones colectivas. B) Minutas de Comité de Soluciones Colectivas donde se indique la aprobación de la Mediación colectiva propuesta desde las regiones de la respectiva Zona. C) Planilla Control que consolide las mediaciones colectivas propuestas por cada región de la Zona y la resolución del Comité de Soluciones Colectivas.
Ponderador:	40,00
Responsable:	LORENA VALENTINA BUSTAMANTE NUÑEZ
Nota explicativa:	1. La Planilla Control será proporcionada por el Secretario del Comité de Soluciones Colectivas del Nivel Central 2. Los oficios de apertura de las mediaciones colectivas enviados a los proveedores, deben corresponder a alguna de las regiones de la Zona. 3. La meta consiste en un agregado de la contribución que hará cada una de las regiones de la respectiva zona.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**CUARTO:** El plazo para el cumplimiento de las metas comprometidas en el presente convenio, se extiende desde el 1 de enero de 2017 hasta el 31 de diciembre del mismo año.

**QUINTO:** Las partes acuerdan que el mecanismo de seguimiento de este convenio consistirá en el monitoreo por parte de la Unidad de Planificación y Control de Gestión, o aquella que cumpla tales funciones, del porcentaje de avance trimestral de las metas, conforme a los indicadores asignados a cada una de ellas. Lo anterior, sin perjuicio de las revisiones de carácter preventivo que realice la Unidad de Auditoría Ministerial durante el año. De la misma forma, la responsabilidad de verificar el cumplimiento de las Metas al término del período convenido, estará radicada en la Unidad de Auditoría Ministerial del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, de acuerdo a lo establecido en los artículos 24 y siguiente del Decreto Supremo N° 983 de 2004.

**SEXTO:** El presente convenio se suscribe en dos ejemplares de igual tenor y data, quedando uno en poder de cada una de las partes.

**SEPTIMO:** La personería del señor Ministro don Luis Felipe Céspedes Cifuentes consta en el Decreto N° 669 del martes, 11 de marzo de 2014 del Ministerio del Interior, publicado en Diario Oficial el jueves, 03 de julio de 2014, en el cual consta su nombramiento como Ministro de Estado en la cartera de Economía, Fomento y Turismo. La personería de don Ernesto Muñoz Lamartine para representar a Servicio Nacional del Consumidor como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor consta en el Decreto N° 283 del viernes, 26 de diciembre de 2014 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

**ANÓTESE, COMUNÍQUESE, REGÍSTRESE Y ARCHÍVASE.**



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*MCS*



MINISTERIO DE ECONOMIA  
FOMENTO Y TURISMO  
**02 DIC 2016**  
ENVIADO *Ernesto Muñoz*

ORD.:N° 021105 /

**ANT.:** Res. Ex. N° 1184 de 15/09/2016, designa equipos de trabajo para cumplimiento de Convenio de Desempeño Colectivo del año 2017 del Servicio Nacional del Consumidor.  
Ord. N° 19145 del 28/10/2016 informa respecto a envío de propuesta de las metas del Convenio de Desempeño Colectivo de SERNAC.  
Ord. N° 6105 del 03/11/2016 del Ministerio de Economía que comunica la aprobación de Propuesta de Convenio de Desempeño Colectivo año 2017.  
Ord. N° 6562 del 18/11/2016 del Ministerio de Economía que remite Convenio de Desempeño Colectivo suscrito año 2017.

**MAT.:** Envío de Resolución Aprobatoria de Convenio de Desempeño Colectivo del año 2017 del Servicio Nacional del Consumidor.

**SANTIAGO, 01 DIC 2016**

**A :** Sr. Luis Felipe Céspedes Cifuentes  
Ministro  
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

**DE :** Sr. Ernesto Muñoz Lamartine  
Director Nacional  
Servicio Nacional Del Consumidor

Por medio del presente Oficio, remito a usted Resolución Exenta N° 1543 del 25 de Noviembre del año 2016, que aprueba el Convenio de Desempeño Colectivo año 2017. Lo anterior, en virtud de lo establecido en el Decreto Supremo 983 del año 2003 del Ministerio de Hacienda.

Cabe señalar que el proceso de formulación de este Convenio se efectuó en la plataforma digital que el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo dispone para ello. Dicho proceso se ejecutó participativamente entre los centros de responsabilidad del Servicio, la Asociación de Funcionarios y esta Dirección Nacional

Sin otro particular, le saluda atentamente a Ud.

*Ernesto Muñoz Lamartine*  
**ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE**  
Director Nacional  
Servicio Nacional del Consumidor