

## FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2009

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	<b>PARTIDA</b>	07
<b>SERVICIO</b>	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	<b>CAPÍTULO</b>	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2005	Efectivo 2006	Efectivo 2007	Efectivo a Junio 2008	Estimación 2012	Meta 2009	Ponderación	Medios de Verificación	Supuestos	Notas
<p>•Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as</p>	<p><u>Eficacia/Resultado Intermedio</u></p> <p>1 Conocimiento de los deberes y derechos como consumidor (consumidores que declaran conocer los derechos y deberes como consumidor).</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de consumidores que declara conocer los deberes y derechos como consumidor/N° total de encuestados)*100</p>	<p>0.0 %</p> <p>H: 0.0</p> <p>M: 0.0</p>	<p>39.8 % (356.0/894.0)*100</p> <p>H: 41.7 (182.0/437.0)*100</p> <p>M: 38.1 (174.0/457.0)*100</p>	<p>51.1 % (613.0/1200.0)*100</p> <p>H: 51.8 (285.0/550.0)*100</p> <p>M: 50.5 (328.0/650.0)*100</p>	<p>42.3 % (508.0/1200.0)*100</p> <p>H: 40.6 (236.0/582.0)*100</p> <p>M: 44.0 (272.0/618.0)*100</p>	<p>42.3 % (508.0/1200.0)*100</p> <p>H: 40.6 (236.0/582.0)*100</p> <p>M: 44.0 (272.0/618.0)*100</p>	<p>46.7 % (560.0/1200.0)*100</p> <p>H: 45.7 (266.0/582.0)*100</p> <p>M: 47.6 (294.0/618.0)*100</p>	8%	<p>Reportes/Informes Informe Opinión Pública de Encuesta Barómetro CERC. (Al menos 1 Informe de resultados de la medición realizada en el año por la corporación CERC, según contrato de servicios con SERNAC).</p>	1	
<p>•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión.</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>2 Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac)</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de personas encuestadas en el año t que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC /N° de total de personas encuestadas en el año t)*100</p>	<p>81 % (2926/3600)*100</p> <p>H: 84 (1446/1730)*100</p> <p>M: 79 (1480/1870)*100</p>	<p>81 % (2895/3596)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>81 % (2924/3600)*100</p> <p>H: 80 (1380/1719)*100</p> <p>M: 82 (1544/1881)*100</p>	<p>78 % (932/1200)*100</p> <p>H: 76 (445/582)*100</p> <p>M: 79 (487/618)*100</p>	<p>79 % (1887/2400)*100</p> <p>H: 77 (900/1164)*100</p> <p>M: 80 (987/1236)*100</p>	<p>82 % (987/1200)*100</p> <p>H: 82 (478/582)*100</p> <p>M: 82 (509/618)*100</p>	9%	<p>Reportes/Informes Informe Opinión Pública de Encuesta Barómetro CERC. (Al menos 1 Informe de resultados de la medición realizada en el año por la corporación CERC, según contrato de</p>	2	

										servicios con SERNAC).		
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección</p> <p>-Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>3 Porcentaje de consumidores que declara que el nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado es "mucho" o "bastante"</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de consumidores encuestados en el año t que responden "mucho" y "bastante" respecto al nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100</p>	<p>40 % (1423/3600)*100</p> <p>H: 38 (665/1730)*100</p> <p>M: 41 (758/1870)*100</p>	<p>33 % (1199/3596)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>35 % (1245/3600)*100</p> <p>H: 34 (585/1719)*100</p> <p>M: 35 (660/1881)*100</p>	<p>32 % (762/2400)*100</p> <p>H: 32 (371/1164)*100</p> <p>M: 32 (390/1236)*100</p>	<p>32 % (762/2400)*100</p> <p>H: 32 (371/1164)*100</p> <p>M: 32 (390/1236)*100</p>	<p>35 % (851/2400)*100</p> <p>H: 35 (432/1236)*100</p> <p>M: 36 (419/1164)*100</p>	8%	<p>Reportes/Informes</p> <p>Informe Opinión Pública de Encuesta Barómetro CERC. (Al menos 1 Informe de resultados de la medición realizada en el año por la corporación CERC, según contrato de servicios con SERNAC).</p>	3	
<p>•Información de Mercado y Consumo</p> <p>-Información y Difusión.</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>4 Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la consulta de si sabe de la existencia de una ley de protección de sus derechos del consumidor/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100</p>	<p>73 % (875/1200)*100</p> <p>H: 72 (421/584)*100</p> <p>M: 74 (454/616)*100</p>	<p>72 % (1722/2396)*100</p> <p>H: 0</p> <p>M: 0</p>	<p>73 % (880/1200)*100</p> <p>H: 75 (414/550)*100</p> <p>M: 72 (466/650)*100</p>	<p>78 % (940/1200)*100</p> <p>H: 78 (455/582)*100</p> <p>M: 78 (485/618)*100</p>	<p>78 % (940/1200)*100</p> <p>H: 78 (455/582)*100</p> <p>M: 78 (485/618)*100</p>	<p>80 % (960/1200)*100</p> <p>H: 80 (465/582)*100</p> <p>M: 80 (495/618)*100</p>	8%	<p>Reportes/Informes</p> <p>Informe Opinión Pública de Encuesta Barómetro CERC. (1 Informe de resultados de la medición realizada en el año por la corporación CERC, según contrato de servicios con SERNAC).</p>	4	
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección</p>	<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>5 Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por</p>	<p>(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la</p>	<p>93.6 % (1299.0/1388.0)*100</p>	<p>86.8 % (693.0/798.0)*100</p>	<p>83.5 % (314.0/376.0)*100</p>	<p>S.I.</p>	<p>85.4 % (683.0/800.0)*100</p>	<p>87.5 % (700.0/800.0)*100</p>	9%	<p>Reportes/Informes</p> <p>Reporte de Encuesta Nacional de Satisfacción. (1 Reporte de</p>	5	

	el servicio en las oficinas de atención a público.  Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención de público /Total de usuarios encuestados en el año t)*100	H: 92.2 (567.0/615.0)*100  M: 94.7 (732.0/773.0)*100	H: 0.0  M: 0.0	H: 89.2 (157.0/176.0)*100  M: 78.5 (157.0/200.0)*100		H: 81.6 (306.0/375.0)*100  M: 88.7 (377.0/425.0)*100	H: 84.0 (315.0/375.0)*100  M: 90.6 (385.0/425.0)*100		resultados de la medición de satisfacción de los usuarios, realizada 1 vez en el año a nivel nacional).		
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  6 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy buena y buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC.  Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC/N° Total de usuarios encuestados en el año t)*100	91 % (1269/1388)*100  H: 91 (557/613)*100  M: 92 (712/773)*100	84 % (670/798)*100  H: 0  M: 0	68 % (287/425)*100  H: 80 (158/197)*100  M: 57 (129/228)*100	S.I.	69 % (555/800)*100  H: 70 (219/315)*100  M: 69 (336/485)*100	71 % (571/800)*100  H: 71 (223/315)*100  M: 72 (348/485)*100	7%	<u>Reportes/Infor mes</u> Reporte de Encuesta Nacional de Satisfacción. (1 Reporte de resultados de la medición de satisfacción de los usuarios, realizada 1 vez en el año a nivel nacional).	6	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  7 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy bueno y bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC  Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Bueno y Bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC/N° Total de usuarios encuestados en el año t)*100	97 % (1348/1389)*100  H: 97 (594/614)*100  M: 97 (754/775)*100	91 % (727/798)*100  H: 0  M: 0	78 % (316/403)*100  H: 88 (154/175)*100  M: 71 (162/228)*100	S.I.	80 % (639/800)*100  H: 79 (249/315)*100  M: 80 (390/485)*100	82 % (652/800)*100  H: 81 (254/315)*100  M: 82 (398/485)*100	6%	<u>Reportes/Infor mes</u> Reporte de Encuesta Nacional de Satisfacción. (1 Reporte de resultados de la medición de satisfacción de los usuarios, realizada 1 vez en el año a nivel nacional).	7	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Eficacia/Producto</u>  8 Porcentaje de la población que accede a SERNAC Facilita por algún canal (Internet, telefónico o	(Porcentaje trimestral de la población que accede a SERNAC Facilita por algún canal	S.I.	S.I.	S.I.	99.5 % (2.0/2.0)*100	95.0 % (3.8/4.0)*100	96.5 % (3.9/4.0)*100	8%	<u>Base de Datos/Software</u> Reporte por consulta a Base de Datos SERNAC Facilita.(1	8	

	presencial) y que cumple con el estándar 1:5000.  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Internet, telefónico o presencial) y que cumple con el estándar 1:5000./Número de trimestres del período.)*100								Reporte realizado trimestralmente mediante consulta a la base de datos de SERNAC Facilita.)		
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Tramitación de reclamos.	<u>Calidad/Producto</u>  9 Tiempo promedio de tramitación de mediaciones cerradas  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Sumatoria (N° de días de tramitación de mediaciones cerradas en el año t)/N° de mediaciones cerradas en el año t)	24 días (964691/40092)  [0.00 - 0.00]	25 días (1522338/60533)  [0.00 - 0.00]	27 días (2092689/78160)  [0.00 - 0.00]	24 días (1104666/46393)  [0.00 - 0.00]	26 días (2340000/90000)  [0.00 - 0.00]	25 días (2587500/103500)  [0.00 - 0.00]	8%	Reportes/Infor mes Reporte de SERNAC Facilita.(1 Reportee de resultados del tiempo promedio de tramitación a nivel nacional realizadoTrimestralmente)	9	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  10 Tiempo promedio de espera para la atención de los usuarios en las oficinas de atención de público  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Sumatoria (Tiempos de espera de los usuarios muestreados en las oficinas de atención de público de SERNAC)/N° de usuarios muestreados en las oficinas de atención de público de SERNAC )	13 minutos (10060/770)	25 minutos (33997/1349)	17 minutos (26477/1531)	S.I.	10 minutos (63082/6596)	9 minutos (60000/6600)	7%	Reportes/Infor mes Reporte de Registros de tiempos de espera en la atención de público.(Al menos 2 reportes al año con resultados del control de tiempos de espera, realizados en las oficinas de atención de público a nivel nacional).	10	
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005	<u>Eficacia/Producto</u>  11 Porcentaje de atención efectiva de la demanda de atención telefónica.	(N° de llamadas efectuadas al Call Center efectivamente atendidas/N°	73.7 % (10013.0/13582.0)*100	93.7 % (160651.0/171481.0)*100	95.9 % (190542.0/198782.0)*100	96.4 % (124069.0/128747.0)*100	96.4 % (248120.0/257500.0)*100	95.0 % (281200.0/296000.0)*100	7%	Base de Datos/Software Reportes por consulta a base de datos del Call Center. (1	11	

	Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	de llamadas totales efectuadas al Call Center)*100								Reporte realizado semestralment e).		
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Productos</u>  12 Porcentaje de casos creados que pasan al Back Office del Call Center que se cierran en 48 hrs.  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Número de casos creados que pasan al Back Office del Call Center que se cierran en 48 hrs./Número total de casos creados que pasan al Back Office del Call Center)*100	N.C.	76.7 % (18535.0/ 24152.0)* 100	89.3 % (7008.0/7 848.0)*10 0	89.3 % (3305.0/37 02.0)*100	89.3 % (6610.0/74 04.0)*100	90.0 % (7660.0/8 515.0)*10 0	7%	<u>Base de Datos/Softwar e</u> Reportes por consulta a base de datos del Call Center. (1 Reporte realizado semestralment e con).	12	
•Fortalecimiento de la Participación Ciudadana	<u>Eficacia/Productos</u>  13 Porcentaje de productos institucionales que incorporan la perspectiva de participación ciudadana.  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Número de productos institucionales que incorporan perspectiva de participación ciudadana/Tot al de productos institucionales) *100	S.I.	40 % (4/10)*10 0	50 % (5/10)*10 0	60 % (6/10)*100	60 % (6/10)*100	70 % (7/10)*10 0	8%	<u>Formularios/Fi chas</u> Formulario A1 (definiciones estratégicas) Anualmente.  <u>Reportes/Infor mes</u> Informes/docu mentos que respalden y presenten la incorporación de perspectiva en los productos.	13	

Notas:

Supuesto Meta:

1 Contar con espacios de cobertura periodística nacional y espacios informativos para la difusión de los diferentes productos de prensa (casos noticiosos, reportajes, minutas, vocería, conferencias, etc.).

No existen contextos políticos o comunicacionales que afecten los espacios de difusión que tiene el SERNAC con la ciudadanía.

2 Contar con espacios de cobertura periodística nacional y espacios informativos para la difusión de los diferentes productos de prensa (casos noticiosos, reportajes, minutas, vocería, conferencias, etc.).

No existen contextos políticos o comunicacionales que puedan afectar la imagen de las Instituciones Públicas, y como arrastre también la imagen del SERNAC.

3 Los/as consumidores/as conocen los diferentes herramientas de protección, se interesan y aplican las herramientas de protección al consumidor existente en Chile.  
No existen contextos políticos o comunicacionales que puedan afectar la imagen de las Instituciones Públicas, y como arrastre también la imagen del SERNAC.

Se ajusta la relación entre hombres y mujeres.

4 Los/as consumidores/as se interesan y conocen en la regulación existente en materias de consumo y se cuenta con la cobertura de medios de comunicación necesaria para la difusión de la Ley del Consumidor.

5 Los/as consumidores/as si han asistido a las oficinas de atención de público y han realizado todos los requerimientos necesarios para la presentación de consultas y reclamos.

Se ajustaron los valores en base a la relación entre hombres y mujeres y en función a los valores esperados para hombres y mujeres. La suma de éstos valores componen el valor del indicador (antes existía error en esta suma).

6 Los/as consumidores/as si han asistido a las oficinas de atención de público y han realizado todos los requerimientos necesarios para las solicitudes de información.

7 Los/as consumidores/as si han asistido a las oficinas de atención de público y han tenido contacto con los funcionarios encargados para la atención de consultas.

8 Los/as consumidores/as conocen y utilizan las herramientas disponibles para la interacción con el servicio, como el sitio web institucional, fono consulta y dirección de las oficinas de atención de público.

Existan casos que se generen en las diferentes comunas del país, dado que el indicador depende del uso de los canales de atención institucionales en ellas.

9 Los proveedores dan respuesta a la presentación de reclamos realizada por SERNAC en los tiempos establecidos por la institución para cada caso.

10 Se mantienen las condiciones de demanda esperada para las diferentes oficinas de atención de público, de acuerdo a información histórica y proyecciones realizadas.

Considerando las estimaciones actuales para el año 2008.

11 Se mantienen las condiciones de demanda esperada para el Call Center SERNAC de acuerdo a información histórica y proyecciones realizadas.

12 No existen contingencias que aumenten de sobremanera la demanda de casos del Call Center, generando un aumento proporcional en los casos que pasan al Back Office. No se generen casos particulares que requieran de la elaboración de nuevas respuestas, lo que implica tener un tiempo de análisis y aprobación mayor.

No obstante el estándar establecido es que un 85% de los casos se cierran en 48 hrs., se espera un resultado superior para el año 2009, considerando los resultados anteriores.

13 Conocimiento e interés de los/as consumidores/as respecto de los productos y servicios que el SERNAC dispone a la ciudadanía.