

CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2005

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

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Meta 2005	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Información de Mercado y Consumo
&nbsp;&nbsp;&nbsp;- Información y Difusión</p>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>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 Enfoque de Género: NO</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>	23 %	31 %	37 %	40 %	30 %	SI	132%	10%	<p>Reportes/Informes Barómetro Cerc, mínimo 2 veces/año</p>	1
<p>●Información de Mercado y Consumo
&nbsp;&nbsp;&nbsp;- Información y Difusión</p>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</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>	70 %	66 %	70 %	73 %	72 %	SI	101%	10%	<p>Reportes/Informes Barómetro Cerc (al menos 2 mediciones al año)</p>	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Meta 2005	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
●Información de Mercado y Consumo - Información y Difusión	<u>Calidad/Producto</u> Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac) Aplica Enfoque de Género: NO	((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)	77 %	81 %	80 %	81 %	84 %	SI	97%	10%	<u>Reportes/Informes</u> Encuesta Barómetro CERC	
●Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención a público. Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención de público/Total de usuarios encuestados en el año t)*100)	87.9 %	92.5 %	90.2 %	93.6 %	90.0 %	SI	104%	10%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuesta de satisfacción a usuarios de la atención de público	
●Orientación, asesoría jurídica y protección - Tramitación de reclamos.	<u>Eficacia/Producto</u> Porcentaje de mediaciones de usuarios resueltas favorables en el período Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de mediaciones resueltas favorables en el año t/N° de mediaciones cerradas en año t)*100)	54.8 %	45.3 %	54.3 %	52.5 %	50.0 %	SI	105%	8%	<u>Formularios/Fichas</u> Reportes entregados SIAC (Semac Facilita)	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Meta 2005	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Orientación, asesoría jurídica y protección - Tramitación de reclamos.	<u>Calidad/Producto</u> Tiempo promedio de tramitación de mediaciones cerradas Aplica Enfoque de Género: NO	((Sumatoria (N° de días de tramitación de mediaciones cerradas en el año t)/N° de mediaciones cerradas en el año t))	22 días 0 - 0	22 días 0 - 97	33 días 0 - 250	24 días 0 - 205	25 días 0 - 93	SI	104%	7%	<u>Formularios/Fichas</u> Registro de datos Sistema de Información SIAC (Sernac Facilita).	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> Tiempo promedio de espera para la atención de los usuarios en las oficinas de atención de público Aplica Enfoque de Género: NO	((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))	12 minutos	10 minutos	11 minutos	13 minutos	12 minutos	NO	92%	7%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuesta homologada nacional.Estudios de control de tiempos	2
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> Porcentaje de usuarios que evalúan como muy buena y buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC. Aplica Enfoque de Género: NO	((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)	88 %	91 %	91 %	91 %	92 %	SI	99%	7%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuestas de satisfacción en la atención de público, homologada nacional	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Meta 2005	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
●Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Productos</u> Porcentaje de usuarios que evalúan como muy bueno y bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC Aplica Enfoque de Género: NO	((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)	90 %	93 %	93 %	97 %	93 %	SI	104%	7%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuesta de satsatisfacción en la atención de público, homologada nacional	
●Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores - Programa de Información Educativa a Distancia	<u>Calidad/Productos</u> Porcentaje de profesores satisfechos en forma global con el curso de educación a distancia Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de profesores satisfechos en forma global con el curso de educación a distancia/N° de profesores evaluados en el curso de educación a distancia)*100)	86.0 %	96.0 %	96.7 %	100.0 %	90.1 %	SI	111%	8%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuesta de satisfacción	
●Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores - Programa de Información Educativa Presencial sp;*Charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos.	<u>Calidad/Productos</u> Porcentaje de participantes satisfechos en forma global con las charlas, talleres o seminarios educativos impartidos por SERNAC Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de participantes que evalúan los módulos como Muy Bueno y Bueno/N° de participantes que evalúan los módulos)*100)	n.c.	98.5 %	97.7 %	97.7 %	90.0 %	SI	109%	8%	<u>Formularios/Fichas</u> Formulario de Identificación de Actividad y Lista Asistentes.Encuesta de Satisfacción	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo 2005	Meta 2005	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Información de Mercado y Consumo
&nbsp;&nbsp; - Información y Difusión
&nbsp;&nbsp;&nbsp;&nbsp; sp;*Revista del Consumidor</p> <p>●Información de Mercado y Consumo
&nbsp;&nbsp; - Información y Difusión
&nbsp;&nbsp;&nbsp;&nbsp; sp;*Folletería</p> <p>●Información de Mercado y Consumo
&nbsp;&nbsp; - Información y Difusión
&nbsp;&nbsp;&nbsp;&nbsp; sp;*Productos para espacios informativos específicos (secciones TV, sitio web, artículos para otras publicaciones y ediciones, etc).</p>	<p><i>Calidad/Producto</i></p> <p>Porcentaje de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a publicaciones y/o difusiones institucionales</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a las publicaciones y/o difusiones institucionales/N° de personas pertenecientes al grupo socioeconómico (C2-C3-D))*100)</p>	n.c.	40 %	16 %	17 %	15 %	SI	115%	8%	<p><u>Reportes/Informes</u> Tirajes de publicaciones en donde se incorpora material con información educativa Sernac.Rating de programas TV</p>	

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

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio	93%
Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas	0%

Porcentaje de cumplimiento global del servicio	93%
---	-----

Notas:

1.-El aumento significativo no esperado que se vio en las mediciones posteriores a la formulación 2005 (efectuada en 2004). Se suponía que la exposición mediática lograda por el proceso de reformas a la Ley del Consumidor (promulgada en julio de 2004) se vería disminuida, sin embargo, los propios casos derivados han tenido alta presencia, así la consolidación de la estrategia comunicacional y la homologación de discurso y calidad de vocerías a nivel nacional. Ya con los antecedentes a Junio 2005 (formulación 2006) se previó un estimado final 2005 de un 39 % (como puede verificarse en H 2006), lo que fundamentó una meta 2006 de 40 % (10 puntos sobre la 2005).

2.-Se esperaba implementación del Call Center para el tercer trimestre de 2005, sin embargo, se produjo un atraso dado por observaciones de Contraloría a Bases de Licitación por discrepancias en la concepción de las funciones propias institucionales. Con su implementación oportuna se esperaba una mayor cobertura efectiva, descongestionando los casos de consultas, que pudiesen atenderse telefónicamente, así los funcionarios de atención telefónica se orientarían a la atención presencial cubriendo las actuales deficiencias y por ende mejorando los tiempos de espera. El Call Center recién se inauguró a mediados de diciembre. Paralelamente, las atenciones de público han seguido aumentado significativamente (consultas en un 29% y reclamos en un 69%)y, por otra parte, con las reformas a la Ley y la relación con leyes especiales y organismos sectoriales, el contenido de las atenciones, por ende, la especialización de los ejecutivos de atención, se ha complejizado.