

## FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2005

<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 2001	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo a Junio 2004	Estimación 2012	Meta 2005	Ponderación	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Información de Mercado y Consumo                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-Información y Difusión</li> </ul> </li> </ul>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>1 Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac)</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</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	81 % (2916/3600)*100	77 % (2783/3600)*100	81 % (2916/3600)*100	82 % (984/1200)*100	82 % (2952/3600)*100	84 % (3024/3600)*100	10%	Reportes/Infor mes Encuesta Barómetro CERC	1	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Orientación, asesoría jurídica y protección</li> </ul>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>2 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.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	(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	77.0 % (0.0/0.0)*100	87.9 % (435.0/495.0)*100	92.5 % (668.0/722.0)*100	90.3 % (692.0/766.0)*100	88.0 % (704.0/800.0)*100	90.0 % (720.0/800.0)*100	10%	Formularios/Fichas Encuesta de satisfacción a usuarios de la atención de público	2	1
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Orientación, asesoría jurídica y protección                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tramitación de reclamos.</li> </ul> </li> </ul>	<p><u>Eficacia/Productos</u></p> <p>3 Porcentaje de mediaciones de usuarios resueltas favorables en el período</p>	(N° de mediaciones resueltas favorables en el año t/N° de mediaciones cerradas en el año t)*100	52.0 % (0.0/0.0)*100	54.8 % (10250.0/18711.0)*100	45.3 % (8260.0/18231.0)*100	47.7 % (3483.0/7308.0)*100	50.0 % (100000.0/200000.0)*100	50.0 % (10000.0/20000.0)*100	8%	Formularios/Fichas Reportes entregados SIAC (Sernac Facilita)	3	2

	Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	año t)*100										
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Tramitación de reclamos.	<u>Calidad/Producto</u>  4 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)	18 días (0/0) [ - ]	22 días (111431/5089) [ - ]	22 días (98734/4498) [ - ]	32 días (234370/7431) [ - ]	30 días (300000/10000) [ - ]	25 días (250000/10000) [ - ]	7%	Formularios/Fichas Registro de datos Sistema de Información SIAC (Sernac Facilita).	4	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  5 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 (0/0)	12 minutos (5940/495)	10 minutos (6950/722)	12 minutos (8991/766)	12 minutos (9600/800)	12 minutos (9600/800)	7%	Formularios/Fichas Encuesta homologada nacional. Estudios de control de tiempos	5	3
•Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores -Programa de Información Educativa a Distancia	<u>Calidad/Producto</u>  6 Porcentaje de profesores satisfechos en forma global con el curso de educación a distancia  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(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	S.I.	86.0 % (1836.0/2135.0)*100	96.1 % (1093.0/1138.0)*100	S.I.	90.0 % (819.0/910.0)*100	90.1 % (109.0/121.0)*100	8%	Formularios/Fichas Encuesta de satisfacción	6	4
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  7 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy buena y buena la información recibida por parte de la atención de público de	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la información	79 % (157/200)*100	88 % (436/495)*100	91 % (654/722)*100	89 % (685/766)*100	90 % (720/800)*100	92 % (736/800)*100	7%	Formularios/Fichas Encuestas de satisfacción en la atención de público, homologada nacional	7	5

	SERNAC.  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	recibida por parte de la atención de público de SERNAC/Nº Total de usuarios encuestados en el año t)*100										
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Productos</u>  8 Porcentaje de usuarios que evalúan como muy bueno y bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Nº de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Bueno y Bueno el trato recibido en la atención de público de SERNAC/Nº Total de usuarios encuestados en el año t)*100	86 % (172/200) *100	90 % (446/495) *100	93 % (671/722) *100	93 % (710/766)* 100	93 % (744/800)* 100	93 % (744/800) *100	7%	<u>Formularios/Fichas</u> Encuesta de satisfacción en la atención de público, homologada nacional	8	6
•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión	<u>Calidad/Productos</u>  9 Porcentaje de consumidores que declara que el nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado es "mucho" o "bastante"  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Nº 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/Nº Total de consumidores encuestados en el año t)*100	21 % (252/1200) )*100	23 % (276/1200) )*100	31 % (1127/3600) )*100	32 % (384/1200) *100	32 % (1154/3600) )*100	30 % (1080/3600) )*100	10%	<u>Reportes/Informes</u> Barómetro Cerc, mínimo 2 veces/año	9	
•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión	<u>Calidad/Productos</u>  10 Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para	(Nº de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la	68 % (816/1200) )*100	70 % (840/1200) )*100	66 % (1584/2400) )*100	70 % (840/1200) *100	70 % (1680/2400) )*100	72 % (1728/2400) )*100	10%	<u>Reportes/Informes</u> Barómetro Cerc (al menos 2 mediciones al año)	10	

	proteger los derechos del consumidor  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	consulta de si sabe de la existencia de una ley de protección de sus derechos del consumidor/Nº Total de consumidores encuestados en el año t)*100										
<ul style="list-style-type: none"> <li>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Revista del Consumidor</li> <li>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Folletería</li> <li>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Productos para espacios informativos específicos (secciones TV, sitio web, artículos para otras publicaciones y ediciones, etc).</li> </ul>	<u>Calidad/Producto</u>  11 Porcentaje de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a publicaciones y/o difusiones institucionales  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Nº de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a las publicaciones y/o difusiones institucionales/ Nº de personas pertenecientes al grupo socioeconómico (C2-C3-D))*100	N.C.	N.C.	40 % (4785260/12000000)*100	8 % (944299/12000000)*100	15 % (1800000/12000000)*100	15 % (1800000/12000000)*100	8%	Reportes/Informes Tirajes de publicaciones en donde se incorpora material con información educativa Sernac.Rating de programas TV	11	7
<ul style="list-style-type: none"> <li>●Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores -Programa de Información Educativa Presencial »Charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos.</li> </ul>	<u>Calidad/Producto</u>  12 Porcentaje de participantes satisfechos en forma global con las charlas, talleres o seminarios educativos impartidos por SERNAC  Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(Nº de participantes que evalúan los módulos como Muy Bueno y Bueno/Nº de participantes que evalúan los módulos)*100	N.C.	N.C.	98.5 % (399.0/405.0)*100	98.1 % (510.0/520.0)*100	82.0 % (1722.0/2100.0)*100	90.0 % (1890.0/2100.0)*100	8%	Formularios/Fichas Formulario de Identificación de Actividad y Lista Asistentes.Encuestas de Satisfacción	12	

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Notas:

1 Hasta el año pasado, este indicador se medía sólo sobre la Dirección Regional Metropolitana (certificada en ISO). Para este año, y en el marco de réplica de prácticas, se aplicó una encuesta homologada nacional en las 13 DRs.

Satisfacción se entiende en los conceptos muy bueno y bueno en una escala de: muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo. O en su efecto, nota de 5 a 7 en una escala de 1 a 7.

2 Más allá del desempeño, existen factores estructurales que juegan en contra de este indicador, independiente que para la Institución es altamente importante esta alternativa extrajudicial, de ahí que año tras año la mantenga como indicador de desempeño: la mediación constituye un acto voluntario para el proveedor (SERNAC no tiene capacidad de coerción ni tiene facultades de imperio para obligar acuerdos), por otra parte, SERNAC no está facultado para exigir plazos de respuesta y por último, la oferta de soluciones y el grado de acuerdo del consumidor no son variables manejables. Independiente de ello, SERNAC efectúa gestiones con proveedores de manera de promover las soluciones extrajudiciales y las buenas prácticas empresariales, sin desmedro que ante el aumento de la cantidad de atenciones, éstas se vean limitadas.

3 Hasta el año pasado, este indicador se medía sólo sobre la Dirección Regional Metropolitana (certificada en ISO). Para este año, y en el marco de réplica de prácticas, se aplicó una encuesta homologada nacional en las 13 DRs.

4 No se tienen resultados parciales a Junio, por cuanto el curso se desarrolla durante el segundo semestre, pudiendo tener resultados recién al 20 de diciembre.

Satisfecho: evaluación muy buena y buena en escala de Muy Buena, Buena, Regular, Mala y Muy Mala. O de 5 a 7 en escala de 1 a 7.

5 Hasta el año pasado, este indicador se medía sólo sobre la Dirección Regional Metropolitana (certificada en ISO). Para este año, y en el marco de réplica de prácticas, se aplicó una encuesta homologada nacional en las 13 DRs.

6 Hasta el año pasado, este indicador se medía sólo sobre la Dirección Regional Metropolitana (certificada en ISO). Para este año, y en el marco de réplica de prácticas, se aplicó una encuesta homologada nacional en las 13 DRs.

7 Se utiliza una cantidad redondeada sobre el tamaño del público objetivo, es decir, del segmento socioeconómico C2-C3-D. Ésta asciende a 12 millones de personas.

Supuesto Meta:

1 Conforme se espera la consolidación en la percepción colectiva, se continúe con la exposición mediática, los instrumentos de información, los estudios de impacto masivo, casos de protección colectiva, etc.

2 Conservar un 90 %, aún en contextos esperados de alta demanda. Logro conforme se satisfagan condiciones presupuestarias, de capacitación y de sistemas.

3 Si bien los resultados, como se ha señalado anteriormente, no dependen de SERNAC (limitaciones de facultades), para este Servicio es importante este indicador y al menos mantener ciertos porcentajes.

4 Conforme a estándar deseable y declarado por la institución.

Deseable disminución de los máximos alcanzados: al menos llegar al valor alcanzado el 2002.

5 Se estima mantener el resultado 2004, frente a un aumento esperado en la atención de público por efectos de las reformas a la ley y por la incidencia de los convenios de integración con otros servicios.

6 Se estima, al menos, la mantención del resultado esperado 2004, por cuanto no se tienen antecedentes sobre el comprotamiento del curso en Educación Media, a donde se orientará durante el 2005. La menor cantidad de profesores inscritos corresponde al esperado que quede por cumplir en relación a la cantidad programada 2000-2005 de profesores a capacitar.

7 Ocurredas las capacitaciones pertinentes, los funcionarios son capaces de responder satisfactoriamente a requerimientos sobre otras materias de consumo (otras Instituciones) y sobre reformas a la ley.

8 Dependerá de los énfasis que determine la nueva Dirección Nacional.

9 Superada la aprobación de las reformas a la ley, una eventual menor exposición mediática el 2005 pudiese implicar la disminución en la percepción ciudadana. Dependerá del impacto, y el resultados de sentencias, por ejemplo, que se dé en casos de protección de intereses colectivos y difusos. El ideal institucional es no bajar del 30 %. Incidirán también las prioridades de la nueva Dirección Nacional.

10 Se espera aumentar la percepción ciudadana, asociado a la eventual cobertura mediática que signifiquen los primeros casos de juicios colectivos, así como otras aplicaciones efectivas de dichas reformas.

11 Relativo a presupuesto.

12 Afianzamiento expertise en nuevos temas.