

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2006

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

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Formula de Cálculo	Efectivo 2002	Efectivo 2003	Efectivo 2004	Efectivo a Junio 2005	Estimación 2012	Meta 2006	Ponderación	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> 1 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 Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(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 % (435.0/495.0)*100 H: 0.0 M: 0.0	92.5 % (668.0/722.0)*100 H: 0.0 M: 0.0	90.2 % (1812.0/2008.0)*100 H: 0.0 (0.0/0.0)*100 M: 0.0 (0.0/0.0)*100	89.7 % (286.0/319.0)*100 H: 89.3 (134.0/150.0)*100 M: 89.9 (152.0/169.0)*100	90.0 % (1807.0/2008.0)*100 H: 90.0 (843.0/937.0)*100 M: 90.0 (964.0/1071.0)*100	91.0 % (1827.0/2008.0)*100 H: 91.0 (853.0/937.0)*100 M: 90.9 (974.0/1071.0)*100	10%	Formularios/Fichas Registro y Sistematización de Encuesta Semestral Nacional de satisfacción a usuarios de la atención de público	1	
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Tramitación de reclamos.	<u>Eficacia/Producto</u> 2 Porcentaje de mediaciones de usuarios resueltas favorables en el período Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(N° de mediaciones resueltas favorables en el año t/N° de mediaciones cerradas en año t)*100	54.8 % (10250.0/18711.0)*100 H: 0.0 M: 0.0	45.3 % (8260.0/18231.0)*100 H: 0.0 M: 0.0	54.3 % (10658.0/19636.0)*100 H: 0.0 (0.0/0.0)*100 M: 0.0 (0.0/0.0)*100	52.5 % (5322.0/10139.0)*100 H: 50.6 (2462.0/4867.0)*100 M: 54.3 (2860.0/5272.0)*100	52.0 % (10712.0/20600.0)*100 H: 51.0 (5253.0/10300.0)*100 M: 53.0 (5459.0/10300.0)*100	52.0 % (15600.0/30000.0)*100 H: 52.0 (7800.0/15000.0)*100 M: 52.0 (7800.0/15000.0)*100	8%	Formularios/Fichas Reportes entregados SIAC (Sernac Facilita)	2	
•Orientación, asesoría	<u>Calidad/Producto</u>	(Sumatoria	22 días	22 días	33 días	23 días	25 días	25 días	7%	Formularios/Fi	3	

jurídica y protección -Tramitación de reclamos.	3 Tiempo promedio de tramitación de mediaciones cerradas Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --	(N° de días de tramitación de mediaciones cerradas en el año t)/N° de mediaciones cerradas en el año t)	(111431/5089) [0.00 - 0.00]	(98734/4498) [0.00 - 0.00]	(785377/23651) [0.00 - 250.00]	(385322/16819) [0.00 - 120.00]	(839750/33590) [0.00 - 120.00]	(839750/33590) [0.00 - 120.00]		chas Registro de datos Sistema de Información SIAC (Sernac Facilita).		
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Productos</u> 4 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)	12 minutos (5940/495)	10 minutos (6950/722)	11 minutos (21900/2008)	17 minutos (5532/320)	13 minutos (26986/2008)	12 minutos (24096/2008)	7%	Formularios/Fichas Registro y Sistematización de Encuesta Semestral Nacional a usuarios de la atención de público. Estudios de control de tiempos (teoría de colas).	4	
•Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores -Programa de Información Educativa a Distancia	<u>Calidad/Productos</u> 5 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 que evalúa el curso de educación a distancia)*100	86.0 % (1836.0/2135.0)*100	96.1 % (1093.0/1138.0)*100	96.7 % (683.0/706.0)*100	S.I.	94.0 % (902.0/960.0)*100	89.0 % (712.0/800.0)*100	10%	Formularios/Fichas Registro y sistematización de evaluaciones realizadas por profesores capacitados.	5	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Productos</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	(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	88 % (436/495)*100 H: 0 M: 0	91 % (654/722)*100 H: 0 M: 0	91 % (1823/2008)*100 H: 0 (0/0)*100 M: 0	87 % (278/320)*100 H: 85 (128/150)*100	90 % (1807/2008)*100 H: 89 (832/937)*100	91 % (1823/2008)*100 H: 91 (853/937)*100	7%	Formularios/Fichas Registro y Sistematización de Encuesta Semestral Nacional de Satisfacción en la atención de público. Encuestas mensuales particulares.	6	

	Aplica Gestión Territorial: --	SERNAC/Nº Total de usuarios encuestados en el año t)*100			(0/0)*100	M: 88 (150/170)*100	M: 91 (975/1071)*100	M: 91 (970/1071)*100				
•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: --	(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	90 % (446/495)*100 H: 0 M: 0	93 % (671/722)*100 H: 0 M: 0	93 % (1871/2008)*100 H: 0 (0/0)*100 M: 0 (0/0)*100	96 % (308/320)*100 H: 97 (145/150)*100 M: 96 (163/170)*100	95 % (1908/2008)*100 H: 95 (890/937)*100 M: 95 (1018/1071)*100	95 % (1908/2008)*100 H: 95 (890/937)*100 M: 95 (1018/1071)*100	7%	Formularios/Fichas Registro y Sistematización de Encuesta Semestral Nacional a usuarios de satisfacción en la atención de público. Encuestas mensuales particulares.	7	
•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión	<u>Calidad/Producto</u> 8 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: SI 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	23 % (276/1200)*100 H: 0 M: 0	31 % (1127/3600)*100 H: 0 M: 0	37 % (1332/3600)*100 H: 40 (690/1744)*100 M: 35 (642/1856)*100	48 % (576/1200)*100 H: 45 (261/584)*100 M: 51 (315/616)*100	39 % (1404/3600)*100 H: 37 (613/1656)*100 M: 41 (791/1944)*100	40 % (1425/3600)*100 H: 39 (646/1656)*100 M: 40 (779/1944)*100	8%	Reportes/Informes Barómetro Cerc, mínimo 2 veces/año	8	
•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión	<u>Calidad/Producto</u> 9 Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor Aplica Desagregación por Sexo: SI	(Nº de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la consulta de si sabe de la existencia de una ley de	70 % (840/1200)*100 H: 0	66 % (1584/2400)*100 H: 0	70 % (840/1200)*100 H: 73 (423/576)	73 % (875/1200)*100 H: 72 (421/584)*100	72 % (1728/2400)*100 H: 72 (841/1168)	72 % (864/1200)*100 H: 72 (420/584)	8%	Reportes/Informes Barómetro Cerc (al menos 2 mediciones al año)	9	

	Aplica Gestión Territorial: --	protección de sus derechos del consumidor/Nº Total de consumidores encuestados en el año t)*100	M: 0	M: 0	*100 M: 67 (417/624) *100	100 M: 74 (454/616)* 100	*100 M: 72 (887/1232) *100	*100 M: 72 (444/616) *100				
<p>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Revista del Consumidor</p> <p>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Folletería</p> <p>●Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión »Productos para espacios informativos específicos (secciones TV, sitio web, artículos para otras publicaciones y ediciones, etc).</p>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>10 Porcentaje de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a publicaciones y/o difusiones institucionales</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	(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.	40 % (4785260/ 12000000) *100	16 % (1963515/ 12000000) *100	6 % (669150/12 000000)*1 00	15 % (1800000/1 2000000)* 100	15 % (1800000/ 12000000) *100	8%	Reportes/Infor mes Tirajes de publicaciones en donde se incorpora material con información educativa Sernac.Informe de Rating de programas TV.	10	
<p>●Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores -Programa de Información Educativa Presencial »Charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos.</p>	<p><u>Calidad/Productos</u></p> <p>11 Porcentaje de participantes satisfechos en forma global con las charlas, talleres o seminarios educativos impartidos por SERNAC</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	(Nº de participantes que evalúan los módulos como Muy Bueno y Bueno/Nº de participantes que evalúan los módulos)*100	N.C.	98.5 % (399.0/40 5.0)*100	97.7 % (2844.0/2 912.0)*10 0	97.9 % (546.0/558. 0)*100	95.0 % (2585.0/27 21.0)*100	97.0 % (2640.0/2 721.0)*10 0	10%	Formularios/Fi chas Formulario de Identificación de Actividad y Lista Asistentes.Encuestas de Satisfacción.Fi cha de sistematizació n de encuesta de satisfacción.	11	
●Información de	<u>Calidad/Productos</u>	(Nº de	77 %	81 %	80 %	84 %	82 %	82 %	10%		12	

Mercado y Consumo -Información y Difusión	12 Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac) Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	personas encuestadas en el año t que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC/Nº de total de personas encuestadas en el año t)*100	(2783/360 0)*100 H: 0 M: 0	(2916/360 0)*100 H: 0 M: 0	(2868/360 0)*100 H: 80 (1390/174 4)*100 M: 80 (1478/185 6)*100	(1009/1200) *100 H: 85 (499/584)* 100 M: 83 (510/616)* 100	(2952/3600) *100 H: 82 (1437/1752) *100 M: 82 (1515/1848) *100	(2952/360 0)*100 H: 82 (1437/175 2)*100 M: 82 (1515/184 8)*100	Reportes/Infor mes Encuesta Barómetro CERC		
---	--	---	---	---	---	--	--	---	--	--	--

Notas:

Supuesto Meta:

- 1 Conforme la continuidad, se estiman resultados conservadores en la mejora.
- 2 Ver nota al indicador. Lo deseable es al menos conservar un 50 %, aún con el problema estructural subyacente. Por otra parte, contar con un presupuesto de continuidad limita generar acciones diferentes con proveedores de manera de obtener respuestas de éstos. Por otra parte, debe señalarse que cuando un proveedor no responde a la mediación (no está obligado) se clasifica institucionalmente como desfavorable.
- 3 Lograr el estándar promedio establecido, considerando que en años anteriores esto se ha visto dificultado por efectos coyunturales y nuevas cargas de trabajo dadas las reformas, frente a la mantención de presupuestos y dotación para la atención.
- 4 Conforme el resultado homologado deseable por la institución.
- 5 Para este año se proyecta diseñar y comenzar un nuevo curso, orientado a la enseñanza media. Éste se impartirá junto a los actuales, sin embargo, dado lo nuevo y la carencia de antecedentes hoy sobre lo que sería su desempeño, se estima el resultado 2006 pudiese bajar, de ahí la meta que se establece.
- 6 Los niveles históricos alcanzados.
- 7 Se estima conservarán los altos resultados alcanzados.
- 8 Se estima se estabilizarán los resultados por este período en torno al 40%. Las nuevas potencialidades dadas por las reformas se irán constituyendo en prácticas permanentes de SERNAC por lo que se estabilizarán los efectos mediáticos sobre la percepción ciudadana. Sin desmedro se apuesta por la mejora continua de los resultados, pero de manera menos drástica.
- 9 Se estima se estabilizarán los resultados por este período en torno al 72%. Las nuevas potencialidades dadas por las reformas (que influyen en el conocimiento sobre la existencia de la ley) se irán constituyendo en prácticas permanentes de SERNAC por lo que se estabilizarán los efectos mediáticos sobre la percepción ciudadana.
- 10 Conforme presupuesto de continuidad, no es posible aumentar.
- 11 Conforme se supone una práctica más instalada en las DRs y paralelamente, los recursos materiales de apoyo se mantienen dado el presupuesto de continuidad.
- 12 Se estima se estabilizarán los resultados por este período en torno al 82%. Los nuevos motivos de exposiciones mediáticas han de estabilizarse. Eventualmente, de aprobarse el presupuesto para un programa de difusión comunal implicaría un aumento en este indicador, sin embargo, el marco comunicado, de continuidad, no lo incorpora.

