

## FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2010

<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 2006	Efectivo 2007	Efectivo 2008	Efectivo a Junio 2009	Estimación 2012	Meta 2010	Ponderación	Medios de Verificación	Su-pues-tos	No-tas
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Eficacia/Producto</u>  1 Porcentaje de juicios en los que SERNAC se hace parte y son fallados favorablemente  <small>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</small>	(N° de juicios en los que SERNAC se hizo parte y son fallados favorablement e año t/Número total de juicios en los que SERNAC se hizo parte y son cerrados en el año t)*100	0 %	N.M.	80 % (209/261) *100	79 % (147/186)* 100	0 %	74 % (148/200) *100	9%	<u>Formularios/Fichas</u> Reporte de total de juicios presentados en el año t que el SERNAC se hace parte y que fueron cerrados durante ese año.	1	
•Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as	<u>Eficacia/Producto</u>  2 Porcentaje de profesores que conocen sus derechos y deberes como consumidor al finalizar el Curso de Perfeccionamiento Docente.  <small>Aplica Desagregación por Sexo: S1 Aplica Gestión Territorial: --</small>	(N° de profesores que finalizan el curso y conocen sus derechos y deberes como consumidor año t/Número total Profesores que finalizan el curso de Perfeccionamiento docente año t)*100	0 %  H: 0 M: 0	N.M.	N.M.	70 % (482/689)* 100  H: 82 (226/276)* 100  M: 82 (338/413)* 100	0 %  H: 0 M: 0	85 % (595/700) *100  H: 84 (353/420) *100  M: 85 (238/280) *100	10%	<u>Formularios/Fichas</u> Informe de evaluación realizado el 20 de diciembre por el Departamento de Educación para el consumo por el Departamento de Educación para el consumo	2	
•Información de Mercado y Consumo -Información y	<u>Eficacia/Producto</u>	(N° de personas encuestadas en	80.5 % (2895.0/3596.0)*10	81.2 % (2924.0/3600.0)*10	77.8 % (1867.0/2400.0)*10	82.0 % (984.0/1200.0)*100	82.3 % (987.0/1200.0)*100	80.0 % (960.0/1200.0)*100	9%	<u>Reportes/Informes</u> Informe	3	

Difusión.	3 Porcentaje de personas que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC (Visibilidad del Sernac)  Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	el año t que declara haber escuchado o leído algo del SERNAC /Nº de total de personas encuestadas en el año t)*100	0  H: 0.0 M: 0.0	0  H: 80.3 (1380.0/1719.0)*100 M: 82.1 (1544.0/1881.0)*100	0  H: 76.9 (895.0/1164.0)*100 M: 78.6 (972.0/1236.0)*100	H: 80.8 (470.0/582.0)*100 M: 83.3 (515.0/618.0)*100	H: 82.1 (478.0/582.0)*100 M: 82.4 (509.0/618.0)*100	H: 80.0 (464.0/580.0)*100 M: 80.0 (464.0/580.0)*100		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).		
•Orientación, asesoría jurídica y protección -Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005	<u>Calidad/Productos</u>  4 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	33 % (1199/3596)*100  H: 0 M: 0	35 % (1245/3600)*100  H: 34 (585/1719)*100 M: 35 (660/1881)*100	32 % (761/2400)*100  H: 32 (371/1164)*100 M: 32 (390/1236)*100	37 % (445/1200)*100  H: 39 (225/582)*100 M: 35 (219/618)*100	35 % (851/2400)*100  H: 35 (432/1236)*100 M: 36 (419/1164)*100	36 % (1296/3600)*100  H: 35 (631/1800)*100 M: 37 (665/1800)*100	10%	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).	4	
•Información de Mercado y Consumo -Información y Difusión.	<u>Eficacia/Productos</u>  5 Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor  Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: --	(Nº 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	72 % (1722/2396)*100  H: 0 M: 0	73 % (880/1200)*100  H: 75 (414/550)*100 M: 72	78 % (940/1200)*100  H: 78 (455/582)*100 M: 78	76 % (913/1200)*100  H: 79 (460/582)*100 M: 73	80 % (960/1200)*100  H: 80 (465/582)*100 M: 80	80 % (960/1200)*100  H: 75 (437/582)*100 M: 75	10%	Reportes/Informes Informe Opinión Pública de Encuesta Barómetro CERC. (1 Informe de resultados de la medición realizada en el año por la corporación	5	

		consumidor/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100		(466/650) *100	(485/618) *100	(452/618)* 100	(495/618)* 100	(437/582) *100		CERC, según contrato de servicios con SERNAC).		
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  6 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	86.8 % (693.0/79 8.0)*100  H: 0.0  M: 0.0	83.5 % (314.0/37 6.0)*100  H: 89.2 (157.0/17 6.0)*100  M: 78.5 (157.0/20 0.0)*100	68.9 % (407.0/59 1.0)*100  H: 68.4 (186.0/27 2.0)*100  M: 69.3 (221.0/31 9.0)*100	S.I.	87.5 % (700.0/800. 0)*100  H: 84.0 (315.0/375. 0)*100  M: 90.6 (385.0/425. 0)*100	84.5 % (769.0/91 0.0)*100  H: 84.6 (357.0/42 2.0)*100  M: 84.4 (412.0/48 8.0)*100	9%	<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 -Tramitación de reclamos.	<u>Calidad/Producto</u>  7 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)	25 días (1522338/ 60533)  [0.00 - 0.00]	27 días (2092689/ 78160)  [0.00 - 0.00]	22 días (2168557/ 98641)  [0.00 - 0.00]	19 días (718701/37 215)  [0.00 - 0.00]	25 días (2587500/1 03500)  [0.00 - 0.00]	25 días (4283761/ 171319)  [0.00 - 0.00]	12%	<u>Reportes/Infor mes</u> Reporte de SERNAC Facilita.(1 Reportee de resultados del tiempo promedio de tramitación a nivel nacional realizadoTrime stralmente)	7	
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u>  8 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	25 minuto s (33997/13 49)	17 minuto s (26477/15 31)	12 minuto s (79426/66 39)	S.I.	9 minutos (60000/660 0)	12 minutos (84000/70 00)	9%	<u>Reportes/Infor mes</u> 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,	8	

		público de SERNAC )								realizados en las oficinas de atención de público a nivel nacional).		
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección</p> <p><i>-Programa: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.) Evaluado en: 2005</i></p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>9 Porcentaje de atención efectiva de la demanda de atención telefónica.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(N° de llamadas efectuadas al Call Center efectivamente atendidas/N° de llamadas totales efectuadas al Call Center)*100</p>	<p>93.7 % (160651.0 /171481.0 )*100</p>	<p>95.9 % (190542.0 /198782.0 )*100</p>	<p>96.5 % (262225.0 /271851.0 )*100</p>	<p>98.6 % (80127.0/81254.0)*100</p>	<p>95.0 % (281200.0/296000.0)*100</p>	<p>96.0 % (361400.0 /376485.0 )*100</p>	<p>12%</p>	<p><u>Base de Datos/Software</u> e Reportes por consulta a base de datos del Call Center. (1 Reporte realizado semestralmente).</p>	<p>9</p>	
<p>•Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>10 Porcentaje de productos institucionales que incorporan la perspectiva de participación ciudadana.</p> <p>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: --</p>	<p>(Número de productos institucionales que incorporan perspectiva de participación ciudadana/Tot al de productos institucionales) *100</p>	<p>40 % (4/10)*100</p>	<p>50 % (5/10)*100</p>	<p>60 % (6/10)*100</p>	<p>70 % (7/10)*100</p>	<p>70 % (7/10)*100</p>	<p>75 % (8/10)*100</p>	<p>10%</p>	<p><u>Formularios/Fichas</u> Formulario A1 (definiciones estratégicas) Anualmente.  <u>Reportes/Informes</u> Informes/documentos que respalden y presenten la incorporación de perspectiva en los productos.</p>	<p>10</p>	

Notas:

Supuesto Meta:

1 Es importante considerar que bajo las modificaciones que se han realizado a la normativa de protección a los consumidores los Juicios y mediaciones colectivas no sigan el patrón de resultados históricos, debido a que los juicios demoran actualmente en promedio 18 meses en salir. Esto ha cambiado y el tiempo ha disminuido, por lo tanto estas modificaciones traerán efectos que no los conocemos aún. Asimismo, se espera una disminución en los casos presentados debido a que los nuevos procedimientos fortalecen el trabajo interno de la Institución hacia los juicios colectivos, disminuyendo la presentación de casos individuales.

2 Los docentes inscritos en los Cursos de Perfeccionamiento Docente cumplen con todo el programa de estudios, finalizando cada una de sus etapas.

- 3 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.).
- 4 Los/as consumidores/as conocen las diferentes herramientas de protección, se interesan y aplican las herramientas de protección al consumidor existentes 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.
- 5 Se cuenta con la cobertura de medios de comunicación a nivel central y regional para la difusión de la Ley del consumidor.
- 6 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.
- 7 Los proveedores dan respuesta a la prestación de reclamos realizada por SERNAC en los tiempos establecidos por la institución para cada caso.
- 8 Los proveedores locales cumplen con la normativa de protección a los derechos y deberes de los consumidores, no provocando abusos, excesos o fallas en materias de consumo que afecten colectivamente a las personas.
- 9 Los proveedores locales cumplen con la normativa de protección a los derechos y deberes de los consumidores, no provocando abusos, excesos o fallas en materias de consumo que afecten colectivamente a las personas.
- 10 Conocimiento e interés de los/as consumidores/as respecto de los productos y servicios que el SERNAC disponible a la ciudadanía.