

INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2003

MINISTERIO	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción	PARTIDA	07
SERVICIO	Servicio Nacional del Consumidor	CAPÍTULO	02
PROGRAMA		PROGRAMA	

N°	Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Notas	Fórmula de Cálculo	Efectivo 1999	Efectivo 2000	Efectivo 2001	Estimado 2002	Meta 2003
1	Orientación, asesoría jurídica y protección	Calidad Porcentaje de usuarios satisfechos con la atención global prestada por el servicio	Si	(N° de usuarios satisfechos/Total usuarios encuestados)*100	n.c.	n.c.	76.6 %	80.0 %	85.0 %
2	Orientación, asesoría jurídica y protección(Tramitación de reclamos.)	Eficacia Porcentaje de mediaciones de usuarios resueltas	Si	(N° de mediaciones resueltas en año t/N° de mediaciones ingresadas en año t)*100	n.c.	47.6 %	51.6 %	52.0 %	55.0 %
3	Orientación, asesoría jurídica y protección(Tramitación de reclamos.)	Calidad Tiempo máximo de tramitación de mediaciones	Si	(Sumatoria (N° de días de tramitación)/N° de mediaciones tramitadas)	n.c.	n.c.	18 días	29 días	25 días
4	Orientación, asesoría jurídica y protección(Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor.)	Calidad Tiempo promedio de espera de los usuarios	Si	(Sumatoria (Tiempos de espera de los usuarios)/N° de consultas)	n.c.	11 minutos 0 - 45	13 minutos 0 - 45	12 minutos 0 - 35	10 minutos 0 - 25
5	Información de Mercado y Consumo(Generación de Estudios(- Estudios de Mercado: Análisis económico de mercados.))	Calidad Tiempo promedio de publicación de la información de precios regionales	Si	(Sumatoria (N° de días de publicación de información de precios regionales)/N° de informes de precios regionales)	12 días	s.i.	10 días	10 días	10 días
6	Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores(Programa de Educación a Distancia a profesores de párvulo y de básica.)	Eficacia Porcentaje de aprobación de alumnos participantes en curso de educación a distancia	Si	(N° alumnos aprobados/N° alumnos evaluados)*100	n.c.	n.c.	s.i.	85.0 %	90.0 %

Nº	Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Notas	Fórmula de Cálculo	Efectivo 1999	Efectivo 2000	Efectivo 2001	Estimado 2002	Meta 2003
7	Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores(Programa de Educación No Formal.)	Eficacia Promedio de asistentes por charla educativa	Si	(Sumatoria (Nº de asistentes a charlas)/Nº total de charlas en el año)	n.c.	n.c.	50	50	50
8	Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores(Programa de Educación a Distancia a profesores de párvulo y de básica.)	Calidad Porcentaje de satisfacción de profesores inscritos en el curso de educación a distancia	Si	(Nº de profesores satisfechos con el curso/Nº profesores inscritos en el curso)*100	n.c.	n.c.	s.i.	75.0 %	80.0 %
9	Orientación, asesoría jurídica y protección	Calidad Porcentaje de usuarios satisfechos con la información recibida por parte del servicio	Si	(Nº de usuarios satisfechos/Total de usuarios encuestados)*100	n.c.	n.c.	79 %	82 %	87 %
10	Orientación, asesoría jurídica y protección	Calidad Porcentaje de usuarios satisfechos por el trato recibido en la atención	Si	(Nº de usuarios satisfechos /Total de usuarios encuestados)*100	n.c.	n.c.	86 %	90 %	94 %
11	Orientación, asesoría jurídica y protección, Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores	Eficacia Porcentaje de consumidores que declara que el nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado es "mucho" o "bastante"	Si	(Nº de consumidores que responden "mucho" y "bastante"/Nº Total de respuestas)*100	18 %	22 %	21 %	23 %	24 %

Nº	Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Notas	Fórmula de Cálculo	Efectivo 1999	Efectivo 2000	Efectivo 2001	Estimado 2002	Meta 2003
12	Información de Mercado y Consumo(Generación y difusión de información sobre temas de mercado y consumo.), Orientación, asesoría jurídica y protección, Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores	Eficacia Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor	Si	$(\text{N}^\circ \text{ de consumidores que responden "Si" ante la consulta de la existencia de una ley de protección de sus derechos} / \text{N}^\circ \text{ Total de respuestas}) * 100$	n.c.	n.c.	68 %	70 %	72 %
13	Información de Mercado y Consumo(Generación Estudios(- Estudios de Mercado: Análisis económico de mercados.))	Eficacia Tasa de variación en el N° de estudios económicos realizados	No	$((\text{N}^\circ \text{ estudios realizados año } t / \text{N}^\circ \text{ estudios realizados año } t-1) - 1) * 100$	n.c.	n.c.	n.c.	20.0 % 24.0	16.7 % 28.0
14	Información de Mercado y Consumo(Generación Estudios(- Análisis de la Publicidad: Análisis de mensajes publicitarios en diversos formatos.))	Eficacia Tasa de variación en el N° de análisis publicitarios realizados	No	$((\text{N}^\circ \text{ análisis realizados año } t / \text{N}^\circ \text{ análisis realizados año } t-1) - 1) * 100$	n.c.	n.c.	n.c.	30.4 % 120.0	6.7 % 128.0
15	Información de Mercado y Consumo(Generación Estudios(- Estudios de Productos: Análisis técnicos respecto de la calidad de productos.))	Eficacia Tasa de variación en el N° de estudios de productos realizados	No	$((\text{N}^\circ \text{ estudios realizados año } t / \text{N}^\circ \text{ estudios realizados año } t-1) - 1) * 100$	n.c.	n.c.	n.c.	0.0 % 24.0	12.5 % 27.0

Notas

Nota del indicador 1 :

El grado de satisfacción se mide utilizando una escala de 1 a 5, donde las calificaciones 4 y 5 corresponden a usuario “satisfecho”.

Nota del indicador 2 :

Mediación corresponde a la definición dada a las acciones que emprende el Servicio en pos de hacer llegar a un acuerdo satisfactorio para las partes en conflicto, es decir, consumidor y proveedor, una controversia suscitada por alguna acción de consumo.

El total de mediaciones que se estima ingresarán en 2002 y 2003 (10.000) está en función de la cantidad recibida el año 2001. Lo más importante es no bajar el porcentaje de resolución.

Nota del indicador 3 :

El aumento de la estimación 2002 y de la meta 2003 con respecto a lo sucedido en 2001 se debe al cambio del concepto "Mediación". Hasta diciembre de 2001 solamente se consideraban en este concepto las mediaciones telefónicas, las que requieren menos días para su tramitación. Desde 2002 se incorporaron al mismo concepto las mediaciones por escrito, que requieren en promedio 30 días. Así, se llega a un promedio ponderado de 25 días como meta para el 2003.

Nota del indicador 4 :

Este indicador está referido a la Atención Presencial de la Dirección Regional Metropolitana.

Nota del indicador 5 :

Este indicador se definió con una meta de 10 días para la publicación, lo que se ha ido cumpliendo durante los años 2001 y 2002. No está considerada una disminución de tiempos porque se estima que cumple con los requerimientos de la institución.

Nota del indicador 6 :

La información correspondiente al año 2001 no está disponible.

Nota del indicador 7 :

Se estima que el promedio de asistentes óptimo para las charlas es de 50 personas. Por eso se planifica para tener esa concurrencia.

Nota del indicador 8 :

La información para calcular el dato correspondiente al año 2001 no está disponible.

Nota del indicador 9 :

El grado de satisfacción se mide utilizando una escala de 1 a 5, donde las calificaciones 4 y 5 corresponden a usuario “satisfecho”.

Nota del indicador 10 :

El grado de satisfacción se mide utilizando una escala de 1 a 5, donde las calificaciones 4 y 5 corresponden a usuario “satisfecho”.

Nota del indicador 11 :

Este indicador está basado en los resultados del Barómetro Cerc, encuesta pública que se realiza 4 veces al año. La escala considera cinco categorías: “Mucha”, “Bastante”, “Poca”, “Ninguna” o “No Sabe/No Responde”.

Nota del indicador 12 :

Este indicador se mide en el Barómetro Cerc, encuesta que se realiza 4 veces en el año, generalmente con distintas preguntas cada vez.