

ANEXO 3 Índice general de cumplimiento de objetivos de la Agencia

Para cada año, el Índice General de cumplimiento de objetivos de la Agencia (IGA) se obtendrá como suma de los productos de los índices de cumplimiento (Vij), obtenidos a partir de cada uno de los indicadores de cumplimiento de los objetivos estratégicos, multiplicados por sus correspondientes ponderadores (Pij), en la forma establecida en la siguiente tabla:

INDICADORES DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	Índice de cumplimiento en el año (Vij)		Ponderación (Pij)		Producto Vij*Pij	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
		V(1.1)	V(1.1)	P11=15	P11=15	V(1.1)*P11
1.1 Indicador de Gestión: Publicación del diario «Boletín Oficial del Estado» en la sede electrónica de la Agencia, antes de las 8 horas. En el caso de números extraordinarios el plazo de publicación será de 2 horas desde la entrada de la disposición en la Agencia.	V(1.2)	V(1.2)	P12=15	P12=15	V(1.2)*P12	V(1.2)*P12
1.2 Indicador de Gestión: Publicación del periódico «Boletín Oficial del Registro Mercantil», antes de las 8 horas.	V(1.3)	V(1.3)	P13=5	P13=5	V(1.3)*P13	V(1.3)*P13
1.3 Indicador de Gestión: Plazo publicación de anuncios.	V(1.4)	V(1.4)	P14=5	P14=5	V(1.4)*P14	V(1.4)*P14
1.4 Indicador de Gestión: Porcentaje de erratas en el «Boletín Oficial del Estado» respecto al número de disposiciones y anuncios publicados.	V(1.5)	V(1.5)	P15=10	P15=10	V(1.5)*P15	V(1.5)*P15
1.5 Indicador de Impacto: Número de consultas a la página Web de la Agencia (millones).	V(2.1)	V(2.1)	P21=11	P21=13	V(2.1)*P21	V(2.1)*P21
2.1 Indicador de Impacto: Número de accesos a las bases de datos de la Agencia (millones).	V(2.2)	V(2.2)	P22=7	P22=7	V(2.2)*P22	V(2.2)*P22
2.2 Indicador de Impacto: Número de ejemplares vendidos (ediciones y coediciones).	V(2.3)	V(2.3)	P23=8	P23=8	V(2.3)*P23	V(2.3)*P23
2.3 Indicador de Impacto: Índice de satisfacción de los usuarios de los servicios de información la Agencia.	V(2.4)	---	P24=5	---	V(2.4)*P24	---
2.4 Indicador de Gestión: Número de normas consolidadas disponibles en la sede electrónica de la Agencia.	V(2.5)	V(2.5)	P25=3	P25=5	V(2.5)*P25	V(2.5)*P25
2.5 Indicador de Gestión: Publicaciones en formato e-Pub en la sede electrónica.	V(3.1)	V(3.1)	P31=6	P31=6	V(3.1)*P31	V(3.1)*P31
3.1 Indicador de Gestión: Facturación por trabajos de imprenta (millones de euros).	V(3.2)	V(3.2)	P32=3	P32=3	V(3.2)*P32	V(3.2)*P32
3.2 Indicador de Impacto: Número de clientes institucionales de la Agencia.	V(3.3)	V(3.3)	P33=3	P33=3	V(3.3)*P33	V(3.3)*P33
3.3 Indicador de Impacto: Número de obras editadas para terceros o en coedición con terceros.	V(3.4)	V(3.4)	P34=4	P34=4	V(3.4)*P34	V(3.4)*P34
3.4 Indicador de Gestión: Número de transacciones efectuadas a través de la tienda virtual.						
ÍNDICE GENERAL DE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE LA AGENCIA (IGA)					$\Sigma (Vij*Pij)$	$\Sigma (Vij*Pij)$