

**FORMATO DE LA ETAPA 4:
EVALUACIÓN DEL PLAN PLURIANUAL Y DE LOS PROGRAMAS DE TRABAJO 2009
SERVICIOS NACIONALES¹**

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: ARICA PARINACOTA	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009²				
Objetivo general y específicos ³	Resultado de la medición anual del indicador ⁴	Descripción del desarrollo alcanzado ⁵	Desafíos 2010 ⁶	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ⁷
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinas), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).

Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorpore a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

	banner de difusión publicados)	3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl 20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indebidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.

Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar	Este objetivo se mantendrá.

			a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	Mantener los niveles de accesibilidad para la población que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuenten con el 100% documentos comprometidos.

Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las DRs.	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos interesa) denominada "asesoría jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como

				párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución del material audiovisual educativo a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	-	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Arica y Parinacota no recibió postulaciones, por carecer de Asociaciones de Consumidores legalmente habilitadas a la fecha de la realización de los Concursos.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existen dos ASOCOT y ADECOA), para habilitarlas en elaboración y ejecución de proyectos. Contar con postulaciones regionales.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	-	Durante el período la Dirección Regional no recibió postulaciones, porque ninguna de las dos Asociaciones con personalidad jurídica vigente estaba habilitada para postular.	Asociaciones de Consumidores de la Región se encuentran habilitadas, postulan y resultan beneficiadas con financiamiento.	No Aplica
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ASOCOT – ADECOA).	El Plan de difusión incorpora otras herramientas de difusión, en función de grupos específicos.	No Aplica
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 2 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ADECOA.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	No Aplica

Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 8	Principal logro del programa de trabajo ⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁰	Recomendaciones 2010 ¹¹
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>
Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 12	Principal logro del programa de trabajo ¹³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁴	Recomendaciones 2010 ¹⁵
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de</p>	<p>Información y Difusión: Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p>	<p>Información y Difusión: Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante</p>

	<p>servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p> <p>En el ámbito de información y difusión: Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en</p>	<p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁶	Principal logro del programa de trabajo ¹⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁸	Recomendaciones 2010 ¹⁹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: TARAPACÁ	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ²⁰				
Objetivo general y específicos ²¹	Resultado de la medición anual del indicador ²²	Descripción del desarrollo alcanzado ²³	Desafíos 2010 ²⁴	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ²⁵
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁶	Principal logro del programa de trabajo ²⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁸	Recomendaciones 2010 ²⁹
88,24%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p> <p>En esta Región no se alcanzó, según la medición del primer semestre 2009, que la proporción de reclamos en el total de registros en plataformas SFM P80, fuera superior al 10%, sólo se alcanzó un 3.57%. Explicado básicamente por que hay un aumento del uso de canales digitales, por sobre los canales presenciales, y la actividad está enfocada a medir los canales presenciales.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>
Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ³⁰	Principal logro del programa de trabajo ³¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ³²	Recomendaciones 2010 ³³
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista elconsumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNAC facilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	---	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) <small>34</small>	Principal logro del programa de trabajo ³⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ³⁶	Recomendaciones 2010 ³⁷
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: ANTOFAGASTA	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ³⁸				
Objetivo general y específicos ³⁹	Resultado de la medición anual del indicador ⁴⁰	Descripción del desarrollo alcanzado ⁴¹	Desafíos 2010 ⁴²	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ⁴³
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
<p>Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales:</p> <p>Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.</p>	100%	<p>Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Antofagasta recibió 5 postulaciones; durante 2008, ninguna. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, APAC, Antofagasta.</p>	<p>Profundizar el proceso de capacitación a las 4 Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe APAC, LOA, QUEMAZON, ACAM), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.</p>	<p>- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos.</p> <p>- Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.</p>
<p>Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales:</p> <p>Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.</p>	100%	<p>La Asociación de Consumidores APAC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 3.000.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.</p>	<p>-Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.</p> <p>-Promover la participación de las restantes organizaciones en el Fondo Concursable.</p>	<p>- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable.</p> <p>- En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).</p>
<p>Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región:</p> <p>Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.</p>	100%	<p>La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.</p>	<p>- Actualizar la base de datos.</p> <p>- Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.</p>	<p>Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.</p>
<p>Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.</p>	100%	<p>La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales.</p> <p>La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (APAC, LOA, QUEMAZON, ACAM).</p>	<p>El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.</p>	
<p>Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.</p>	50%	<p>Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.</p>	<p>Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.</p>	<p>Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación.</p> <p>Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.</p>
<p>Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).</p>	100%	<p>La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con laS Asociaciones de Consumidores APAC - LOA.</p>	<p>Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.</p>	

Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁴⁴	Principal logro del programa de trabajo ⁴⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁴⁶	Recomendaciones 2010 ⁴⁷
86,27%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p> <p>En esta Región no se alcanzó, según la medición del primer semestre 2009, que la proporción de consultas y reclamos en el total de registros en plataformas SFM P80, fuera superior al 10%, sólo se alcanzó un 0.65% en consultas y un 0.00% en reclamos. Explicado básicamente por que hay un aumento del uso de canales digitales, por sobre los canales presenciales, y la actividad está enfocada a medir los canales presenciales.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>
Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁴⁸	Principal logro del programa de trabajo ⁴⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁵⁰	Recomendaciones 2010 ⁵¹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista elconsumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p>

	<p>los derechos de los consumidores/as.</p> <p>En el ámbito de información y difusión: Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac. www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS,</p>	<p>la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>Materializar convenios de integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	---	---

	<p>consistente en la obtención de información sobre organizaciones sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 52	Principal logro del programa de trabajo ⁵³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁵⁴	Recomendaciones 2010 ⁵⁵
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: ATACAMA	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ⁵⁶				
Objetivo general y específicos ⁵⁷	Resultado de la medición anual del indicador ⁵⁸	Descripción del desarrollo alcanzado ⁵⁹	Desafíos 2010 ⁶⁰	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ⁶¹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolineras), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
<p>Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales:</p> <p>Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.</p>	100%	<p>Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Antofagasta recibió 5 postulaciones; durante 2008, ninguna. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, APAC, Antofagasta.</p>	<p>Profundizar el proceso de capacitación a las 4 Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe APAC, LOA, QUEMAZON, ACAM), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.</p>	<p>- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos.</p> <p>- Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.</p>
<p>Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales:</p> <p>Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.</p>	100%	<p>La Asociación de Consumidores APAC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 3.000.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.</p>	<p>-Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.</p> <p>-Promover la participación de las restantes organizaciones en el Fondo Concursable.</p>	<p>- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable.</p> <p>- En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).</p>
<p>Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región:</p> <p>Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.</p>	100%	<p>La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.</p>	<p>- Actualizar la base de datos.</p> <p>- Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.</p>	<p>Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.</p>
<p>Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.</p>	100%	<p>La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales.</p> <p>La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (APAC, LOA, QUEMAZON, ACAM).</p>	<p>El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.</p>	
<p>Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.</p>	50%	<p>Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.</p>	<p>Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.</p>	<p>Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación.</p> <p>Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.</p>
<p>Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).</p>	100%	<p>La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con laS Asociaciones de Consumidores APAC - LOA.</p>	<p>Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.</p>	

Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁶²	Principal logro del programa de trabajo ⁶³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁶⁴	Recomendaciones 2010 ⁶⁵
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>
Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁶⁶	Principal logro del programa de trabajo ⁶⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁶⁸	Recomendaciones 2010 ⁶⁹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de</p>	<p>Información y Difusión: Los objetivos de alianzas estratégicas para: - La promoción de la revista elconsumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita</p>	<p>Información y Difusión: Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p>

	<p>los derechos de los consumidores/as.</p> <p>En el ámbito de información y difusión: Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac. www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS,</p>	<p>la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>Materializar convenios de integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana: - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.</p>
--	---	---	--

	<p>consistente en la obtención de información sobre organizaciones sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 70	Principal logro del programa de trabajo ⁷¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁷²	Recomendaciones 2010 ⁷³
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: COQUIMBO	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ⁷⁴				
Objetivo general y específicos ⁷⁵	Resultado de la medición anual del indicador ⁷⁶	Descripción del desarrollo alcanzado ⁷⁷	Desafíos 2010 ⁷⁸	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ⁷⁹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁸⁰	Principal logro del programa de trabajo ⁸¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁸²	Recomendaciones 2010 ⁸³
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁸⁴	Principal logro del programa de trabajo ⁸⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁸⁶	Recomendaciones 2010 ⁸⁷
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 88	Principal logro del programa de trabajo ⁸⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ⁹⁰	Recomendaciones 2010 ⁹¹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: VALPARAÍSO	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ⁹²				
Objetivo general y específicos ⁹³	Resultado de la medición anual del indicador ⁹⁴	Descripción del desarrollo alcanzado ⁹⁵	Desafíos 2010 ⁹⁶	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ⁹⁷
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ⁹⁸	Principal logro del programa de trabajo ⁹⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁰⁰	Recomendaciones 2010 ¹⁰¹
92,16%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁰²	Principal logro del programa de trabajo ¹⁰³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁰⁴	Recomendaciones 2010 ¹⁰⁵
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁰⁶	Principal logro del programa de trabajo ¹⁰⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁰⁸	Recomendaciones 2010 ¹⁰⁹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: METROPOLITANA	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ¹¹⁰				
Objetivo general y específicos ¹¹¹	Resultado de la medición anual del indicador ¹¹²	Descripción del desarrollo alcanzado ¹¹³	Desafíos 2010 ¹¹⁴	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ¹¹⁵
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinas), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹¹⁶	Principal logro del programa de trabajo ¹¹⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹¹⁸	Recomendaciones 2010 ¹¹⁹
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹²⁰	Principal logro del programa de trabajo ¹²¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹²²	Recomendaciones 2010 ¹²³
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 124	Principal logro del programa de trabajo ¹²⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹²⁶	Recomendaciones 2010 ¹²⁷
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: O'HIGGINS	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ¹²⁸				
Objetivo general y específicos ¹²⁹	Resultado de la medición anual del indicador ¹³⁰	Descripción del desarrollo alcanzado ¹³¹	Desafíos 2010 ¹³²	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ¹³³
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹³⁴	Principal logro del programa de trabajo ¹³⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹³⁶	Recomendaciones 2010 ¹³⁷
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹³⁸	Principal logro del programa de trabajo ¹³⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁴⁰	Recomendaciones 2010 ¹⁴¹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNAC facilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	---	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 142	Principal logro del programa de trabajo ¹⁴³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁴⁴	Recomendaciones 2010 ¹⁴⁵
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: MAULE	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ¹⁴⁶				
Objetivo general y específicos ¹⁴⁷	Resultado de la medición anual del indicador ¹⁴⁸	Descripción del desarrollo alcanzado ¹⁴⁹	Desafíos 2010 ¹⁵⁰	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ¹⁵¹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁵²	Principal logro del programa de trabajo ¹⁵³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁵⁴	Recomendaciones 2010 ¹⁵⁵
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁵⁶	Principal logro del programa de trabajo ¹⁵⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁵⁸	Recomendaciones 2010 ¹⁵⁹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁶⁰	Principal logro del programa de trabajo ¹⁶¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁶²	Recomendaciones 2010 ¹⁶³
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: BÍO BÍO	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ¹⁶⁴				
Objetivo general y específicos ¹⁶⁵	Resultado de la medición anual del indicador ¹⁶⁶	Descripción del desarrollo alcanzado ¹⁶⁷	Desafíos 2010 ¹⁶⁸	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ¹⁶⁹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁷⁰	Principal logro del programa de trabajo ¹⁷¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁷²	Recomendaciones 2010 ¹⁷³
92.16%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁷⁴	Principal logro del programa de trabajo ¹⁷⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁷⁶	Recomendaciones 2010 ¹⁷⁷
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) <small>178</small>	Principal logro del programa de trabajo ¹⁷⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁸⁰	Recomendaciones 2010 ¹⁸¹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: ARAUCANÍA	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ¹⁸²				
Objetivo general y específicos ¹⁸³	Resultado de la medición anual del indicador ¹⁸⁴	Descripción del desarrollo alcanzado ¹⁸⁵	Desafíos 2010 ¹⁸⁶	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ¹⁸⁷
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁸⁸	Principal logro del programa de trabajo ¹⁸⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁹⁰	Recomendaciones 2010 ¹⁹¹
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁹²	Principal logro del programa de trabajo ¹⁹³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁹⁴	Recomendaciones 2010 ¹⁹⁵
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) ¹⁹⁶	Principal logro del programa de trabajo ¹⁹⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ¹⁹⁸	Recomendaciones 2010 ¹⁹⁹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: LOS RÍOS	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ²⁰⁰				
Objetivo general y específicos ²⁰¹	Resultado de la medición anual del indicador ²⁰²	Descripción del desarrollo alcanzado ²⁰³	Desafíos 2010 ²⁰⁴	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ²⁰⁵
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁰⁶	Principal logro del programa de trabajo ²⁰⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁰⁸	Recomendaciones 2010 ²⁰⁹
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²¹⁰	Principal logro del programa de trabajo ²¹¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²¹²	Recomendaciones 2010 ²¹³
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 214	Principal logro del programa de trabajo ²¹⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²¹⁶	Recomendaciones 2010 ²¹⁷
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: LOS LAGOS	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ²¹⁸				
Objetivo general y específicos ²¹⁹	Resultado de la medición anual del indicador ²²⁰	Descripción del desarrollo alcanzado ²²¹	Desafíos 2010 ²²²	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ²²³
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinas), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²²⁴	Principal logro del programa de trabajo ²²⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²²⁶	Recomendaciones 2010 ²²⁷
90,20%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²²⁸	Principal logro del programa de trabajo ²²⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²³⁰	Recomendaciones 2010 ²³¹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) <small>232</small>	Principal logro del programa de trabajo ²³³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²³⁴	Recomendaciones 2010 ²³⁵
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: AYSÉN	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ²³⁶				
Objetivo general y específicos ²³⁷	Resultado de la medición anual del indicador ²³⁸	Descripción del desarrollo alcanzado ²³⁹	Desafíos 2010 ²⁴⁰	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ²⁴¹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁴²	Principal logro del programa de trabajo ²⁴³	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁴⁴	Recomendaciones 2010 ²⁴⁵
92.16%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁴⁶	Principal logro del programa de trabajo ²⁴⁷	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁴⁸	Recomendaciones 2010 ²⁴⁹
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNAC facilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	---	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 250	Principal logro del programa de trabajo ²⁵¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁵²	Recomendaciones 2010 ²⁵³
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR			REGIÓN: MAGALLANES	
OBJETIVO 1: EL SERVICIO EVALÚA LOS RESULTADOS DEL PLAN Y LA EJECUCIÓN DE LOS PROGRAMAS. DE TRABAJO				
Actividad IV. 1.1. BALANCE DE LOS RESULTADOS DEL PLAN PLURIANUAL (LOGROS, BRECHAS Y DESAFÍOS) - EJERCICIO 2009 ²⁵⁴				
Objetivo general y específicos ²⁵⁵	Resultado de la medición anual del indicador ²⁵⁶	Descripción del desarrollo alcanzado ²⁵⁷	Desafíos 2010 ²⁵⁸	Recomendaciones al Plan plurianual 2010 ²⁵⁹
1.1 Estudios.				
(Productos de Impacto Masivo: Medicamentos en Farmacias) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% de Cumplimiento	A la fecha se ha alcanzado y superado el cumplimiento de estudios relacionado a Medicamentos en Farmacias, esto debido a la coyuntura manifestada por la supuesta colusión en el precio de los medicamentos por parte de las farmacias de "cadenas", por lo que el servicio se ha comprometido con el gobierno a dar prioridad a este tipo de análisis de mercado, por lo cual se han solicitado estudios más seguidos, con lo que se ha superado los programados.	Mantener continuidad y cantidad de estudios y levantamientos de precios de medicamentos en farmacias, tanto de cadenas como las llamadas independientes a nivel nacional.	Mantener Objetivos, eliminar o reemplazar a farmacias independientes que posean un número deficiente de medicamentos propuestos en la muestra. Esto a partir de recomendación o alternativa manifestada de regiones.
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% Cumplimiento	El cumplimiento en este caso es del 100% ya que el Plan Operativo depende de la dirección central y de la coyuntura en compromiso con el gobierno.	Incorporar fechas de las publicaciones de los levantamientos en el plan operativo 2010 en las direcciones regionales.	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la incorporación de las fechas levantamientos como de las publicaciones en los planes operativos regionales, con la finalidad de estar por sobre la coyuntura, para sistematizar el producto, tanto en tiempos de levantamiento como de publicación.
Solicitar al departamento de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos	100% de Cumplimiento	Se han difundido en cada una de las regiones todos los comunicados con la información regional de cada levantamiento, logrando el 100% de cumplimiento.	Mantener el cumplimiento de este objetivo.	Mantener objetivo, pero incorporando en los comunicados necesidades regionales de difusión, con el fin de priorizar temas mediáticos que puedan fortalecer la labor del servicio en cada región, de acuerdo a sus necesidades.
(Productos de Impacto Institucional: Encuesta Combustibles Líquidos - Bajas) Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	100% Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo es 100% debido a que la cantidad de estudios y levantamientos depende de la variación en el precio de los combustibles líquidos, en este caso en las bajas anunciadas por ENAP (bajas mayores o iguales a 0,5% promedio en las gasolinás), con lo que se superan todos los levantamientos programados.	Mantener el cumplimiento del objetivo respecto a la coyuntura.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas estaciones de servicio a la muestra).
Dirección Regional, conozca plan temático de estudios e incorpore a su agenda las fechas de publicación de PO2009	100% Cumplimiento	Debido a que es un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), toda vez que se produzca una baja en el precio de los combustibles líquidos, las direcciones regionales están instruidas desde la dirección central a incorporar en su plan, debido a la coyuntura, este tipo de estudio.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo, pero incorporando en el Plan Operativo de las regiones al menos la mitad de las fechas realizadas en las bajas del año 2009, para

				mantener un mínimo y así superar los objetivos del próximo año.
DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales	100% Cumplimiento	Todos los levantamientos, en las bajas de combustibles, van apoyados de un comunicado de prensa, tanto del Área Metropolitana, como a nivel nacional, con las especificaciones y descripciones de cada región, a partir del trabajo en terreno de cada una de las direcciones regionales.	Mantener objetivos.	Mantener objetivos, pero potenciando la autonomía regional en la generación de comunicados, diseñando, las direcciones regionales, un comunicado de prensa por cada región, a partir del comunicado nacional.
(Productos de Mercados Emergentes: Encuesta de Gas Licuado). Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios	83,33% de Desarrollo.	El 100% se concluye en el mes de diciembre del 2009, ya que se estipula en los planes operativos una encuesta de Gas por mes, y el presente informe se desarrolla en el mes de octubre, quedando noviembre y diciembre para alcanzar el total planificado.	Mantener objetivo. Incorporar, en los casos que suceda un hecho coyuntural, levantamientos extras, que respondan con las necesidades de consumidores y a movimientos de mercado.	Mantener objetivo, incorporando, en el caso que sea necesario, actualizaciones muestrales (incorporación de nuevas distribuidoras de gas licuado a la muestra).
Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009	100% de Cumplimiento	El cumplimiento de este objetivo se cumple en un 100% ya que se estipula, en los Planes Operativos de cada dirección regional, una encuesta mensual de Gas, la que se cumple, en su totalidad, en el mes de diciembre.	Mantener el objetivo, debido a que es un compromiso institucional con la CNE (Comisión Nacional de Energía).	Mantener objetivo y continuidad de los levantamientos, pero con la posibilidad de incorporar levantamientos que atiendan a coyunturas y que estén por sobre el Plan Operativo, en el caso que sea necesario.
Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.	0% de Cumplimiento.	Al ser un compromiso con la CNE (Comisión Nacional de Energía), los resultados son enviados a este ente, como producto del servicio y es este organismo el encargado de la difusión.	Mantener el objetivo, sin embargo, el desafío sería la incorporación de comunicados generados por el departamento de estudios.	Mantener objetivo, incorporando al menos un comunicado semestral o trimestral.
1.2. Información y difusión				
Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.	100% de cumplimiento, desde la fecha comprometida para su implementación. Módulo de administrador Web Sernac. Secciones regionales de www.sernac.cl	Se incorporan mensualmente noticias con carácter regional y nacional al sitio Web, además de estudios e investigaciones regionales este 2009.	Levantamiento de nuevo sitio institucional, con mejoras en secciones de regiones, para acceder directamente desde el home a noticias y estudios de carácter regional, así como información de la gestión territorial (PMG).	Trabajo con equipos del Sernac para mejora continua y evaluación de necesidades de información y difusión de aspectos regionales en sitio Web.
Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno	100% de cumplimiento. Documento que verifica difusión de banners de acceso a los sitios institucionales del Sernac. (Imagen de sitios Web con banner de difusión publicados)	Se han realizado accesos desde banners en los siguientes sitios de otros organismos del Estado: 1. SUCESO: 20 octubre de 2009. http://www.suseso.cl 2. SISS, 20 octubre de 2009 http://www.siss.cl 3. Superintendencia de Salud, 20 octubre de 2009. http://www.supersalud.cl 4. www.mibandaancha.cl	Para el año 2010 se trabajará en incorporar los banners del sitio Web del servicio en los sitios Web de los Gobiernos Regionales	Se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.

		20 octubre de 2009. (Portal - proyecto en conjunto con Subtel y estrategia digital) 5. www.chileclic.cl 20 octubre de 2009		
Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.	100% de cumplimiento. Al cumplir con la difusión y acceso del sitio Web a través de banners en otros sitios de Gobierno, concretamos que la Revista del consumidor, también sea difundida	En la actualidad contamos con el sitio www.revistadelconsumidor.cl y www.sernac.cl (desde donde se accede a la Revista del Consumidor) con presencia en: Subtel, Chileclic (con banner destacado), Suceso, SISS, Superdesalud	Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Semafacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio de la Revista del Consumidor.	Si bien es necesario ajustar su cumplimiento, se recomienda mantener este objetivo por el impacto positivo que puede tener para la difusión de información a los consumidores.
Promover la gestión local de productos para la prensa.	100% de cumplimiento. Se han enviado las notas de prensa a Regiones con el objetivo de incorporar las necesidades de prensa e información al consumidor/a de la Región. Envío de notas de prensa a través de correo electrónico. Informe de gestión Agencia de Noticias – BD Lotus Notes.	La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente. Se atienden demandas regionales, desde la unidad central y se promueven temas de consumo, a través del envío periódico de notas de prensas, que son difundidas a su vez por los Directores Regionales a medios locales.	Ajustes en vocerías de Directores Regionales y difusión oportuna de información (estudios regionales). Retroalimentación permanente a encargados de prensa regional y Directores Regionales (informe semanal) , que ajuste brechas en materia de difusión de información (gestión de prensa – vocerías)	Hacer mejora continua al proceso de comunicación con las direcciones regionales y con los profesionales de apoyo, de manera de potenciar los espacios de difusión a nivel nacional.
Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial	100% cumplimiento. Reportes de folletería a nivel nacional dan cuenta de campañas realizadas en 2009, de difusión a nivel nacional.	Algunos ejemplos: derechos al pedir un crédito – día del niño, Fiestas Patrias, Cobros Indevidos – Garantía – Derechos y deberes del consumidor. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)	Ajustes al levantamiento de necesidades nacionales de material de difusión, versus presupuesto asignado para planificación 2010.	Generar otros productos que refuerzan los canales regionales de Atención al consumidor, con temas locales.
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.	100% cumplimiento	Logro: Se han realizado en conformidad las capacitaciones planificadas en el marco del plan mínimo de relacionamiento con plataformas SERNACfacilita Municipio. Respecto del acceso de las plataformas al portal municipal fue implementado en el mes de mayo, y a la fecha se encuentra en operación el software para el registro e ingreso de casos al sistema, otorgando acceso al sistema a las plataformas en convenio, a través de Internet.	Mejorar la reportería y estadísticas de consultas ingresadas al sistema, incorporando en la reportería automática de Windev las consultas gestionadas por las diferentes plataformas.	Este objetivo específico será mantenido para el 2010.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% cumplimiento.	Este año hubo especial preocupación por cumplir las actividades en terreno con las diferentes plataformas SERNACfacilita Municipio a objeto de mejorar la gestión y soporte tecnológico.	Se desarrollaron en conformidad a los plazos las actividades de capacitación y pasantías a las	Promover el uso de CTI, respuestas tipo a consultas estándar diseñando en su

			plataformas. El desafío para el próximo año será optimizar el procedimiento de uso y medición de respuestas en las consultas de forma de garantizar un estándar de respuestas homologables.	contenido de la respuesta perspectiva territorial en los casos que corresponda, tendientes a mejorar la gestión de soporte.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación	100% de cumplimiento.	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de consultas, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% cumplido con el estándar.	El ingreso de consultas a través de plataformas SERNACfacilita Municipio en la Región superó el estándar del 10%. Es decir, de cada 10 ingresos de consultas, 3 pertenecen a plataformas municipales.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de consultas gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de consultas que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de consultas a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.	100% de cumplimiento.	El primer semestre el nivel de accesibilidad regional alcanza el estándar sobre el 80% de la población que accedió al sistema de	Mantener los niveles de accesibilidad para la población	Mantener el objetivo de brindar accesibilidad a la población a

		protección de derechos de los consumidores/as en la Región.	que demanda el servicio de consultas a través de los tres canales habilitados por SERNAC para el ingreso de consultas.	través de los canales Presencial, Internet y telefónico.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Este procedimiento será elaborado durante el mes de noviembre, de modo que exista un procedimiento estándar para el relacionamiento con proveedores, que permita homologar las respuestas a consultas por los diferentes mercados.	Mantener y/o Actualizar el procedimiento de relacionamiento con proveedores, permitiendo el establecimiento de respuestas estandarizadas a consultas, según mercados y ley de protección de derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo.
Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Las direcciones regionales cuentan con manuales e instructivos que les permiten realizar gestiones ante las empresas, para incorporarlas al registro y base de datos de empresas logeadas en el sistema Windev.	Reducir las brechas de proveedores regionales que no se encuentran logeados en el sistema, y por ende no interoperan digitalmente con el servicio.	Mantener este objetivo, incorporando un procedimiento para respuestas en el sistema por parte de las empresas vía portal de proveedores.
Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Con la implementación de la nueva plataforma tecnológica de registro y gestión de casos, SERNACfacilita Windev, los casos derivados a otros servicios públicos, quedan registrados y al momento de ser derivados el caso se cierra, comunicando al consumidor/a que su caso a sido derivado a la institución correspondiente, y los contactos para que pueda realizar el seguimiento de su caso.	Incorporar o mejorar la oferta de servicios públicos que permitan la derivación de casos, en forma bidireccional, de esta forma acoger el ingreso de casos que no son materia de la ley del consumidor.	Mejorar los procedimientos y gestión de reclamos derivados a otros órganos del Estado, con quienes se pueda desarrollar un trabajo coordinado y complementario.
Descentralizar territorialmente la gestión del servicio tramitación de reclamo.	100% de cumplimiento	La dirección regional logra superar el estándar del 10% de reclamos que ingresan a través de plataformas SERNACfacilita Municipio.	La medición de resultados se realiza en base al canal presencial, contrastando los ingresos de reclamos gestionados en la plataforma de la Dirección Regional y aquellos ingresos de reclamos que provienen de plataformas SERNACfacilita Municipio. El desafío de este próximo año será mantener los niveles de ingresos de reclamos según el estándar del 10% a través de las plataformas municipales con el objetivo de brindar cobertura presencial a los habitantes de las comunas que no tienen la posibilidad de viajar a las capitales regionales, o bien no cuentan con acceso vía Internet o telefónico.	Este objetivo se mantendrá
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	100% de cumplimiento.	Las actividades de difusión para este año 2009, contemplaron como requisito que se promovieran los tres canales de atención disponibles en SERNAC, incorporando esta difusión en todas las campañas del servicio.	Mantener la difusión de los diferentes puntos de contacto para que la población conozca los lugares de atención para responder a sus requerimientos.	No hay recomendaciones al objetivo, se mantendrá.

Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación	No cumplido	Falta realizar la medición del estándar.	Incorporar el indicador en la gestión de aplicación de monitoreo de reclamos.	Mantener el objetivo
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	Se realizaron las capacitaciones en materias de reclamos ligadas a los mercados más reclamados.	Elaborar ranking de mercados más reclamados en forma semestral, de acuerdo a matriz de mercados relevantes Nacional y Regional..	Mantener el objetivo, incorporando la medición y ranking de mercados relevantes.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento	Este año se resolvió mejorar el procedimiento de derivación de casos a otros servicios públicos, y en ese acto, cerrar la consulta, indicando en la respuesta remitida al consumidor/a la forma de realizar el seguimiento ante el organismo correspondiente.	La plataforma tecnológica de soporte de sistema de registro de casos, permite la interoperabilidad para la derivación de casos de SUBTEL, JAC, SBIF de las Direcciones Regionales de casos derivados a otros Servicios Públicos.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a las consultas de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de tramitación de reclamos.	100% cumplimiento.	Se realizó en conformidad a los plazos la capacitación a las plataformas en el uso de la nueva herramienta tecnológica Windev.	Ante modificaciones y actualizaciones del software de registro e ingreso de reclamos, se deberá brindar los apoyos tecnológicos pertinentes para el buen funcionamiento del sistema. Estos podrán ser manuales e instructivos, pasantías y capacitaciones en el uso de la herramienta.	Mantener las acciones relacionadas a gestionar los casos ingresados con una coherencia interna y externa. Que nos permita gestionar y responder a los reclamos de los consumidores, con una lógica común entre Servicios Públicos pertenecientes a la Red nacional de protección de los derechos de los consumidores.
Incorporar mejoras en el acceso al servicio de tramitación de reclamos.	100% de cumplimiento.	A principios de año se ejecutaron las acciones tendientes a que la población perteneciente a comunas de zonas vulnerables conocieran el sistema de protección de derechos de los consumidores.	Ejecutar al menos en una comuna definida como zonas vulnerables, acciones de difusión, y talleres para dar a conocer el sistema de protección de los derechos de los consumidores/as.	Mantener el objetivo, incorporando esta gestión al plan mínimo de relacionamiento.
Que las DRs y plataformas comunales cuenten con una guía procedimental y formularios de denuncias de modo que les permita efectuar una mejor asesoría jurídica y facilitar la presentación de denuncias en sus respectivos territorios.	Cumple 100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.	Se actualizan la guía procedimental, y se encuentra publicada en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/PDF/guia_derecho_denuncia.pdf Se elaboraron los formularios de denuncias y demandas ante los JPL, se encuentran publicados en la página Web del SERNAC, link http://www.sernac.cl/tramites/index.php	Mantener los instrumentos actualizados y publicados en la página Web del SERNAC y a disposición del público.	100% DRs + PM cuentan con el 100% documentos comprometidos.
Que las plataformas comunales con convenio puedan brindar una mejor asesoría jurídica en sus respectivos territorios a consecuencia de las capacitaciones recibidas por las	No más de un 10% de disconformidades en SONI correspondan a PM capacitadas.	A nivel Nacional, sólo existe un 0,2% de disconformidad en esta materia. Este indicador se cumple en todas las Plataformas Municipales.	Para medir con mayor precisión el impacto de este objetivo, resulta necesario incluir una subcategoría en los registros del sistema SONI (Su opinión nos Interesa) denominada "asesoría	

DRs.			jurídica".	
Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.	100% de cumplimiento para aquellos casos en que se detectaron acciones colectivas.	Para el logro de este objetivo, se implementó la nueva Plataforma Tecnológica de SERNACfacilita, en cuya herramienta se registra en una hoja electrónica diseñada para tales efectos las alertas y/o gestiones de casos colectivos detectados por el nivel regional. La nueva plataforma tecnológica estuvo disponible a partir de enero 2009 en las Direcciones Regionales.	La implementación de la Plataforma Tecnológica, y actualizar el Plan de Trabajo para el Monitoreo y Reporte.	Mantener el monitoreo y registro de acciones colectivas en la Región. Informando de estas cuando se produzcan a la División Jurídica del SERNAC con el objeto de estudiar y visar dicha decisión.
Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.	100% cumplimiento. Un informe por semestre señalando resultados de monitoreo indicado.	Conforme al manual de procedimientos, se establece la obligación a las Direcciones Regionales de alertar la existencia de cualquier posible caso colectivo a la División Jurídica a fin de ser instruidos respecto al tratamiento y gestión del respectivo caso. Actualmente el informe semestral se genera a partir de los datos entregados por las DR's, a través de información vía correo electrónico y/o teléfono.	Mantener las alertas regionales y lograr coordinar las acciones de carácter presencial, con las posibles acciones de consumidores/as atendidos en el canal Internet.	Actualizar instructivo manual de usuario para utilización de Nueva Plataforma Tecnológica, hoja electrónica, facilitando o automatizando el sistema de alerta y gestión de casos colectivos.
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de relacionamiento regional respecto al curso de perfeccionamiento, ampliando la cobertura en los distintos niveles de la educación formal (párvulos, básica, media y educación de adultos), por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y cobertura de comunidad educativa a nivel regional. Mejorar metodologías y soporte del producto, de manera de facilitar el acceso y retención de docentes de los diferentes niveles de la educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha, hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la cobertura a docentes que pertenecen a comunas del plan 20.	Mantener plan de difusión del curso de perfeccionamiento a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas que pertenezcan al plan 20.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales de comunas del plan 20 como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la generación de material audiovisual educativo para alumnos y alumnas de educación básica y media. No se identifican brechas.	Mantener cobertura y calidad en los productos educativos.	Mantener calidad del material educativo y ampliar el alcance de público objetivo, incluyendo otros niveles de la educación, como párvulos y/o adultos, de manera de facilitar el acceso y calidad de la educación para el consumo a los diferentes niveles de la

				educación formal. Se recomienda mantener objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión de los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en la distribución del material audiovisual educativo, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de distribución los materiales audiovisuales educativos a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar alianzas estratégicas nacionales y regionales con CNTV y su red Novasur e incluir también a otros actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Se recomienda mantener el objetivo.
Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en las mejoras al producto, realizando un catastro a nivel nacional de las actividades de capacitación y alineando el discurso SERNAC respecto a los temas de consumo, así como la calidad en el material de apoyo complementario, relatorías, presentaciones y evaluaciones. Por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de homogeneización en las actividades educativas presenciales que realizan las regiones.	Implementar un centro de documentación en el sistema institucional con diversos temas de consumo y sus respectivos materiales para las actividades educativas presenciales que realizan las regiones, que incluyan presentaciones, relatorías, evaluaciones, material de apoyo complementario, etc. y que asegure un discurso alineado acerca de los diversos temas requeridos. Se recomienda mantener el objetivo.
Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.	100% cumplimiento	A la fecha hemos alcanzado un cumplimiento del 100% en el plan de difusión y realización de las actividades educativas presenciales, por tanto se ha cumplido el objetivo. No se identifican brechas.	Mantener plan de difusión las actividades educativas presenciales que realizan las regiones a través de alianzas estratégicas nacionales y regionales. Mantener cobertura en medios de difusión nacional y regional.	Afianzar las alianzas estratégicas nacionales y regionales como actores relevantes en el mapa de involucrados de productos educativos. Focalizar el trabajo con facilitadores o relatores que a su vez repliquen en sus propias redes, para ampliar la cobertura e impacto. Se recomienda mantener el objetivo.

4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Lograr en las postulaciones de las Asociaciones de Consumidores de regiones distintas de la Metropolitana que presenten, al MENOS UN proyecto, por cada una de ellas.	100%	Durante el ejercicio anual 2009, la Región de Tarapacá 6 postulaciones; durante 2008, sólo 2. En ambos casos, los proyectos fueron presentados por una sola Asociación, ARDEC, Iquique.	Profundizar el proceso de capacitación a las Asociaciones de Consumidores regionales (a la fecha existe ARDEC), para habilitarla en elaboración y ejecución de proyectos.	- Prestar asistencia, según demanda, en aquellas materias necesarias para participar del próximo Llamado a Concurso Público de Proyectos. - Reforzar vínculo de la Dirección Regional como instancia técnica de apoyo a las Asociaciones de Consumidores regionales.
Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales: Aumentar en 20% los recursos asignados a (Asociaciones de Consumidores) de regiones distintas de la Metropolitana, respecto al Llamado del año 2008.	100%	La Asociación de Consumidores ARDEC, obtuvo financiamiento de un proyecto durante 2009 (por un monto de \$ 5.300.000), mientras que en 2008, no obtuvo recursos.	Mantener nivel de asignación de recursos a las Asociaciones regionales.	- Ampliar la cobertura de servicios o atenciones prestadas por las Asociaciones a través de los proyectos financiados por el Fondo Concursable. - En la medida que se cuente con nuevas Asociaciones de Consumidores habilitadas, incorporarlas a los procesos de postulación y asignación de recursos (concursos públicos).
Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la Región: Elaborar un registro por Región de colaboradores de SERNAC, a partir de bases de datos de SEREMIAS de Gobierno.	100%	La Dirección Regional elaboró Base de datos de actores sociales relevantes.	- Actualizar la base de datos. - Desarrollar plan de difusión / educación que considere como destinatarios directos un 60% de los actores sociales definidos en la base de datos.	Convertir la base de datos en una herramienta de gestión que permita identificar a los actores en función de sus necesidades específicas en materias de consumo.
Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.	100%	La Dirección Regional desarrolló actividades del plan de difusión, a través de medios escritos y radiales. La Dirección Regional mantiene contacto permanente con dirigentes de las Asociaciones de Consumidores regionales vigentes (ARDEC).	El Plan de difusión incorpora nuevas herramientas y canales, en función de grupos específicos.	
Desarrollar programas de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos, o materias relacionadas a la protección del consumidor.	50%	Reuniones de trabajo con las Asociaciones, abordan contenidos de la Ley del Consumidor.	Definir un plan regional de capacitación con las respectivas Asociaciones de Consumidores, según demanda.	Plan anual de capacitación debe considerar demandas territoriales de capacitación. Además de contenidos de la Ley, el plan deberá considerar otras según demanda de las Asociaciones.
Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).	100%	La Dirección Regional ha desarrollado 5 reuniones de trabajo con la Asociación de Consumidores ARDEC.	Preparar un programa de trabajo anual que permita programar los contenidos (agenda) y seguimiento a las reuniones periódicas.	
Actividad IV. 1.2. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE TRABAJO DE DISEÑO/ DISTRIBUCIÓN/ ACCESO 2009				

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁶⁰	Principal logro del programa de trabajo ²⁶¹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁶²	Recomendaciones 2010 ²⁶³
86.27%	<p>Hay avances notables en la generación de estudios, principalmente en el levantamiento de datos de precios de carácter regional, con una metodología única y homologable.</p> <p>Las atenciones de consultas y reclamos se han orientado con una perspectiva territorial que principalmente se ha enfocado a atender los requerimientos de los consumidores/as de la Región atendiendo a las necesidades de estos. Se ha mejorado la cobertura y difusión de las campañas comunicacionales extendiéndose al territorio y sobre la base de los temas más recurrentes en la región.</p>	<p>Producto estudios, se debe considerar reformular el objetivo de comunicados de prensa locales para estudios de mercados emergentes, debido a que estos son convenios de cooperación para la Superintendencia de Electricidad y combustible.</p> <p>En el ámbito del programa de fortalecimiento a la participación ciudadana, hay que incentivar la participación de las asociaciones de consumidores de la Región, las cuales por bases técnicas no pudieron participar del Fondo concursable.</p> <p>En esta Región no se alcanzó, según la medición del primer semestre 2009, que la proporción de consultas y reclamos en el total de registros en plataformas SFM P80, fuera superior al 10%, sólo se alcanzó un 0.10% en consultas y un 2.49% en reclamos. Explicado básicamente por que hay un aumento del uso de canales digitales, por sobre los canales presenciales, y la actividad está enfocada a medir los canales presenciales.</p>	<p>En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.</p>

Actividad IV. 1.3. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE COMPLEMENTARIEDAD TERRITORIAL 2009

Desempeño final del programa de trabajo (en %) ²⁶⁴	Principal logro del programa de trabajo ²⁶⁵	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁶⁶	Recomendaciones 2010 ²⁶⁷
100%	<p>La Región ha enfocado su accionar a través de planes mínimos los cuales involucran integralmente el tratamiento de las acciones de complementariedad dirigidos principalmente a mantener activos los convenios con las plataformas municipales. Por otra parte, se ha consolidado el trabajo de liderazgo y de coordinación de ventanilla única para mejorar la red de servicios públicos que trabajan en función de materias de protección de los derechos de los consumidores/as.</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Los objetivos de alianzas estratégicas para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La promoción de la revista consumidor.cl en diferentes sitios Web de Gobierno. <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno, se cumple, sin embargo dado que los sitios Webs son dinámicos y van cambiando, no es posible mantener la visualización permanente de los banners en los portales Web de otras instituciones.</p> <p>Para ampliar la oferta pública e integrar a otros servicios públicos nos falta desarrollar un trabajo coordinado que permita la materialización de los requerimientos de consumidores/as de la Región, que permitan un tratamiento eficaz en el sistema</p>	<p>Información y Difusión:</p> <p>Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de</p>

	<p>En el ámbito de información y difusión:</p> <p>Gestión local productos para la prensa: Se realiza un refuerzo en el apoyo a la gestión local de productos para la prensa, dado que este año se incorporan 10 nuevos directores regionales del Sernac. De esta manera se refuerza este trabajo, lo que ha posibilitado que la difusión en medios regionales y cobertura sea óptima, se logran nuevos espacios regionales (columnas, editoriales, publicaciones-diarios ciudadanos) y alianzas estratégicas con entidades y autoridades de gobierno.</p> <p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>www.sernac.cl (secciones regionales – estudios regionales – noticias regionales)</p> <p>Realización de material de difusión se ejecuta según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial. Se difunden 766.600 productos a nivel nacional. (enero 2009 a octubre 2009)</p> <p>En el programa de educación para el consumo, la complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.</p> <p>Para el programa de Participación ciudadana, los avances se reflejan en Trabajos de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones</p>	<p>SERNACfacilita, y su red territorial en las plataformas municipales. De manera que los consumidores/as que tengan problemas de consumo tengan en SERNAC un solo lugar donde puedan ingresar sus requerimientos, especialmente en aquellas zonas donde otros organismos no tengan presencia territorial, y SERNAC facilite el ingreso de estos requerimientos.</p> <p>En educación, las mayores dificultades para implementar el programa de educación a nivel regional se vieron reflejadas en los plazos de liberación de algunos productos, como el material audiovisual educativo, lo que implicó retrasar las evaluaciones de los productos; sin embargo, la satisfacción de los usuarios es alta.</p> <p>Respecto al relacionamiento, en algunas regiones se hizo más difícil la implementación de alianzas para la difusión e implementación de algunos productos educativos, como el curso, aunque de igual manera lograron las metas propuestas.</p> <p>La identificación de los actores de la sociedad civil que resultan relevantes para el trabajo de relacionamiento de la Dirección Regional, presenta dificultades en: confiabilidad de los datos vigentes, interés de las organizaciones en relación a la materia, insuficiente priorización de las áreas a trabajar en materias de participación.</p>	<p>integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes.
--	---	--	---

	<p>sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.</p> <p>La gestión de la Dirección Regional cuenta con una base de datos actualizada de los actores sociales relevantes con los que puede trabajar temas de consumo, teniendo como fuente principal la respectiva SEREMIA de Gobierno.</p>		
Actividad IV. 1.4. BALANCE DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE MEJORAS A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL Y DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERES REGIONAL A LOS GORES 2009			
Desempeño final del programa de trabajo (en %) 268	Principal logro del programa de trabajo ²⁶⁹	Dificultades de la implementación (actividades o medidas no cumplidas) ²⁷⁰	Recomendaciones 2010 ²⁷¹
100%	<p>Se materializó por parte de SERNAC un trabajo de acercamiento con el GORE, principalmente dirigido a mejorar los sistemas de información institucional.</p> <p>Por otro lado, los consumidores/as tienen en la página web del SERNAC su principal herramienta de conocimiento y de acceso a la información que nuestro servicio provee a la población.</p>	<p>Estamos a la espera de las instrucciones que del GORE emanen, a objeto de firmar actas de acuerdo que formalicen la solicitud, o bien se amplíen los requerimientos de información para todos los productos estratégicos de SERNAC.</p>	<p>Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.</p>

**INFORME DE PROVISIÓN DE INFORMACIÓN DE INTERÉS REGIONAL AL GOBIERNO REGIONAL
(Adjuntar al informe de evaluación – etapa 4 – Actividad IV. 1.4.)**

Servicio: SERNAC

Región: TODAS LAS REGIONES

1. Estado del Procedimiento de Provisión de Información

Identificar estados posibles:

Ejemplo: Las 15 Direcciones Regionales del SERNAC enviaron **oficios** a los GORE, con copia al Jefe de la División de Desarrollo y encargados de GORE del GT.

Aún no se han informado, o manifestado intenciones de parte de los GORE's la recepción y la formalización de acuerdos para la provisión de información desde las Direcciones Regionales de SERNAC hacia los distintos GORE's. Esperamos que en el transcurso de los próximos meses estas acciones se materialicen, y de acuerdo a esto, se podrá informar específicamente de los avances en cada una de las Direcciones Regionales.

2- Matriz consolidada de información (definida en el procedimiento):

Información acordada	Contenido específico	Formato de envío	Periodicidad	Responsable del servicio
No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

3. Estado de cumplimiento del envío de matriz acordada (al 30 de octubre)

Identificar estados posibles:

No aplica

Ejemplo:

- Se ha cumplido con contenido, formato y periodicidad acordada, sin observaciones por parte del Gore
- Se ha cumplido parcialmente
- No se ha cumplido

(En este caso, se solicita sólo indicar el estado de cumplimiento, ya que el medio de verificación del cumplimiento lo proporciona directamente el Gore a SUBDERE)

OBJETIVO 2: EL SERVICIO ELABORA UN INFORME EJECUTIVO DE LOS RESULTADOS Y RECOMENDACIONES DE LA EVALUACIÓN

ACTIVIDAD IV. 2.1. INFORME EJECUTIVO NACIONAL:

1. PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS EN EL EJERCICIO 2009:

1.1. En el Programa de diseño, acceso y/o distribución de los productos estratégicos²⁷²:

Estudios:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

(Se presentan como resultados globales del servicio y por región sólo cuando existan desviaciones relevantes a los resultados globales)

- En el PO del Departamento de Estudios se encuentran incorporadas las variables, caracterizados como estudios con impacto regional.
- Acuerdo de servicio firmado y en propiedad de cada DR's.
- Plan de seguimientos de precios de bencinas, 15 encuestas nacionales con participación de cada DR's
- Incorporación de conocimientos y técnicas de levantamiento de información, y estudios de precios en cada Dirección Regional.

Información y Difusión:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

(Se presentan como resultados globales del servicio y por región sólo cuando existan desviaciones relevantes a los resultados globales)

- La gestión de prensa regional se ha realizado permanentemente, promoviendo temas de consumo, a través de la preparación de notas de prensa orientadas desde el nivel central, que han sido difundidas por los Directores Regionales.
- Las alianzas de trabajo conjunto con instituciones que pertenecen a la red nacional de protección de los derechos de los consumidores y consumidoras ha permitido la instalación de banners del sitio web www.sernac.cl como link's y banners para enlazar desde otros sitios, con la revista del consumidor, ejemplo de ello es la página de la SUCESO, SISS, SUBTEL, SuperdeSALUD y ChileCLIC.
- A nivel de material de Difusión, las piezas de carácter Nacional, han sido complementadas con productos que refuerzan los canales regionales de atención del consumidor, principalmente a través de avisos en radio de cobertura nacional, avisos en vía pública en las principales capitales regionales y material impreso.

Orientación, Asesoría Jurídica Y Protección:

2. PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- Se desarrollan distintas actividades en terreno en las principales comunas de las regiones del país, tendientes a entregar orientación ciudadana en materias de consumo, para los productos consultas y reclamos.
- Se pone en marcha la instalación de la Nueva Plataforma Tecnológica Windev, que reemplaza al sistema REMEDY, para el registro, gestión y cierre de casos en los tres canales de atención (Presencial, Internet y Telefónico), a lo largo del país. A su vez, se perfecciona la interoperabilidad para la derivación de casos a SUBTEL; JAC y SBIF. Ofertando a estos servicios y superintendencias una red territorial de más de 204 oficinas SERNACfacilita Municipio.
- En el ámbito de apoyo y orientación técnica a los ejecutivos/as de atención de público de plataformas de atención SERNACfacilita Municipio, se desarrollaron con éxito las capacitaciones y pasantías, en materias de cumplimientos de estándares, procedimientos y plazos de tramitación en la gestión de casos, aspectos legales del

registro, gestión y cierre de casos.

- ☑ En materia de procedimientos y orientación al consumidor/a para la presentación de denuncias, se mantuvo actualizada la guía procedimental publicada en el sitio Web, www.sernac.cl, así como también se encuentran publicados los formularios de denuncias y demandas ante los Juzgados de Policía Locales

Educación sobre deberes y derechos de los consumidores:

3. PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- ☑ Los cursos impartidos, al estar dirigidos a un público nuevo (docentes de educación de adultos) y considerando además la obligación de impartir los talleres de Consumo y Calidad de Vida, el producto resultó altamente novedoso y útil para los usuarios/as.
- ☑ Este año se realizó con éxito, la entrega de material educativo para escuelas, en apoyo a garantizar la calidad de la educación para el consumo a alumnos y alumnas de educación básica y media.

Programa Fortalecimiento de la Participación Ciudadana:

4. PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- ☑ Desarrollo de planes de difusión regional sobre existencia y beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores regionales, integrados a la gestión de las respectivas Direcciones Regionales.
- ☑ Desarrollo de actividades de difusión sobre asociatividad en consumo y condiciones legales para la formación de Asociaciones de Consumidores.
- ☑ Desarrollo de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores, sistematizadas y orientadas a la conformación de agendas regionales entre SERNAC y las AdC.
- ☑ Otro de los principales logros es la generación de una base de datos de actores sociales relevantes en cada Región, trabajo realizado por las Direcciones Regionales y que contaron con el apoyo de los GORE's en cada Región.

1.2. En el Programa de complementariedad territorial²⁷³ :

Estudios:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

(Se presentan como resultados globales del servicio y por región sólo cuando existan desviaciones relevantes a los resultados globales)

No hubo compromisos de complementariedad.

Información y Difusión:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

(Se presentan como resultados globales del servicio y por región sólo cuando existan desviaciones relevantes a los resultados globales)

- ☑ Se mantuvo el acceso al sitio Web www.sernac.cl y revista del consumidor en las instituciones pertenecientes a la red de protección de los derechos de los consumidores/as.

Orientación, Asesoría Jurídica Y Protección:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- ☑ Las Direcciones Regionales del SERNAC ejecutan la política del servicio, así como la atención de público para los productos de consultas y reclamos de los consumidores y consumidoras. Las Plataformas Comunes, denominadas SERNACfacilita Municipio realizan atención de público para los productos consultas y reclamos.
- ☑ Mantención de la Red Nacional de Protección de los Derechos de los Consumidores, se encuentra conformada por los Servicios Públicos vinculados a materias

específicas de protección de derechos de los consumidores. SERNAC posee la más extensa Red Territorial de oficinas de atención presencial y las pone a disposición de los SS.PP. para generar bajo un modelo de interoperabilidad el acceso a estos SS.PP. a la ciudadanía.

- SERNAC opera bajo la modalidad de convenios con los municipios que integran la Red Territorial y Plan 80, en este caso se encuentran todos los municipios del Plan 80 con convenios activos. Estos convenios establecen compromisos entre SERNAC y el Municipio, en estos se establecen la relación de cooperación y aportes de recursos humanos, espacio físico, instalaciones y equipamiento, asesorías y capacitaciones.
- En el caso de los SS.PP. que integran el modelo de Interoperabilidad, los compromisos se encuentran formalizados en convenios de interoperabilidad que se firman en el nivel nacional y que operan en el nivel regional. El sistema SERNACfacilita opera como captador de la demanda y deriva a las instituciones y SS.PP. en convenio.

Educación sobre deberes y derechos de los consumidores:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- La complementariedad de este departamento se basó en alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones afines a los contenidos, difusión y distribución de materiales educativos en temas de consumo.

Programa Fortalecimiento de la Participación Ciudadana:

PRINCIPALES LOGROS OBTENIDOS

- Trabajo de complementariedad con la SEREMIA DE GOBIERNOS, consistente en la obtención de información sobre organizaciones sociales regionales, orientado a la difusión del derecho de los consumidores/as a asociarse y los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores.

1.3. En el Programa de mejoras al sistema de información institucional²⁷⁴

El principal logro a los sistemas de información institucional son básicamente 2

- En primer lugar se formalizó mediante el envío de oficio dirigido a los Intendentes Regionales, el ofrecimiento de Información Institucional, materializando de esta manera el deseo de entregar información a los GORE's en cada Región.
- En materia de información y difusión institucional, el servicio informa de las actividades que ejecutan las Direcciones Regionales a través de su sitio Web www.sernac.cl, link Regiones. Y a nivel interno, se creó la función de "comunicaciones internas", que es el principal canal de comunicación para todos/as los funcionarios/as del servicio.

5. BALANCE DE LOGROS DE LOS EJERCICIOS 2006-2009:

2.1. Logros en la incorporación de perspectiva territorial a los productos estratégicos²⁷⁵:

Todos los productos estratégicos del servicio aplican perspectiva territorial, en materia de Diseño el principal logro es que la planificación operativa de la entrega de los productos incorpora las recomendaciones que las Direcciones Regionales realizan en función de las necesidades y requerimientos de sus territorios imponen, adecuando las características de estos productos a la población de cada Región.

En materia de complementariedad en este período se consolidó la Red Nacional de Protección de los Derechos de los Consumidores, firmando acuerdos de carácter central, pero operativizados en las regiones, lo cual implicó hacer efectivo el objetivo de ser SERNAC una ventanilla única de ingresos de consultas y reclamos para una serie de instituciones que no cuentan con presencia en todo el territorio Nacional. Entre estas la Subsecretaría de Telecomunicaciones, ha asignado recursos para instalar un ejecutivo especialista en reclamos y consultas en materias de telecomunicaciones. A su vez, nuestra red de plataformas municipales, permite que

superintendencias tales como Bancos e Instituciones Financieras, o la de Valores y Seguros, cuenten con presencia territorial a través de nuestra red, esto ha permitido que consumidores/as en cualquier lugar, a través de una plataforma de atención presencial, o a través de internet, o simplemente llamando a nuestro Centro de Contacto Telefónico pueda ser atendido, y en todos los casos en que SERNAC no tenga competencia a través del marco legal de la ley 19.496, se han establecido procedimientos de derivación a otros Servicios Públicos, permitiendo que los requerimientos sean acogidos y resueltos.

2.2. Logros en los procesos internos/externos y en los sistemas de información²⁷⁶:

- Definición de presupuesto regional asociado a viáticos y pasajes para la incorporación de la variable territorial en las acciones en terreno definidas desde las Direcciones Regionales o solicitadas desde los GORE's.
- Productos con entidad regional que incorporan perspectiva territorial en la definición de los productos.
- Proceso de toma de decisiones para incorporar a los territorios en las definiciones institucionales desde el Ejecutivo.
- Ajustes en el Diseño y aplicación de Acuerdos de Servicios a los procesos coordinados entre unidades centrales y direcciones regionales de la Institución.

2.3. Logros en el fortalecimiento de las capacidades directivas y profesionales para la gestión territorial²⁷⁷:

- **Formación, capacitación o habilitación de personal en Gestión Territorial:** El Servicio a permanentemente mejorando las capacidades de gestión territorial de los funcionarios/as. Anualmente en los Encuentros Nacionales de Administradores de Plataformas, que son los profesionales de apoyo instalados en cada Dirección Regionales se ejecuta una revisión de los objetivos y alcances del PMG GT para el año en curso, esto a permitido que sobre la base de la acción ejecutada por estos se cumplan y logren los objetivos de aplicación de perspectiva territorial a los productos de SERNAC.
- En segundo lugar, la validación del diagnostico, a sido ejecutada mediante la aprobación de cada Jefe Departamental, adquiriendo un compromiso desde el nivel central, en la incorporación de perspectiva territorial a la provisión de servicios de SERNAC.

OBJETIVO 3 : EL SERVICIO ELABORA UN PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE LA EVALUACIÓN 2009 A IMPLEMENTARSE EL AÑO 2010

Actividad IV. 3.1. PROGRAMA DE SEGUIMIENTO DE LA EVALUACIÓN			REGIÓN: En Todas las Regiones	
Programa	Recomendación de la evaluación²⁷⁸	Compromiso²⁷⁹	Responsable²⁸⁰	Plazo²⁸¹
Programa de diseño/ acceso/ distribución	En el ámbito del sistema de gestión de la calidad implantado en SERNAC, encarga al Departamento de Planificación Estratégica y Calidad, el control de gestión de las actividades de cada Dirección Regional, en tal sentido la autoridad del Servicio, conocerá los avances, logros, brechas, debilidades detectados, en el cumplimiento de las actividades y compromisos establecidos por cada equipo de trabajo, siendo las Direcciones Regionales quienes establecen propuestas de mejoras y planes de contingencia que permitan rectificar distorsiones en la planificación, realizando las mejoras necesarias para el cumplimiento de los estándares y metas comprometidas.	Traspasar el grado de cumplimiento del Plan de Trabajo ejecutado y diagnosticar las posibles mejoras al sistema.	Planificación Estratégica y Calidad. Departamento de Gestión Territorial y Canales. Direcciones Regionales.	Diciembre 2009
Programa de complementariedad territorial	<p>Información y Difusión: Generar un convenio formal con las instituciones de la red de protección al consumidor (Red Sernacfacilita), de manera de potenciar la difusión del sitio Web del Sernac y el sitio de la Revista del Consumidor, con plazos establecidos o períodos determinados en que sí podremos visualizar la difusión mediante banners o vínculos, de los espacios de Sernac.</p> <p>Materializar convenios de integración con otros servicios públicos y OIR's que permitan mejorar la oferta pública</p>	Traspasar el grado de cumplimiento del Plan de Trabajo ejecutado y diagnosticar las posibles mejoras al sistema.	Planificación Estratégica y Calidad. Departamento de Gestión Territorial y Canales. Direcciones Regionales.	Diciembre 2009

	<p>de SERNAC hacia la comunidad.</p> <p>En educación, que la Dirección Regional procure con antelación un catastro para la realización de sus propias interacciones con otros servicios e instituciones afines. Formalizar con anterioridad alianzas regionales, de manera de poder difundir e implementar los productos educativos con mayor facilidad.</p> <p>Programa de Participación Ciudadana:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generar instrumentos de análisis de las bases de datos. - Actualizar la información existente. - Definir áreas de intervención priorizadas en función de las brechas existentes. 			
Programa de desarrollo del sistema de información institucional y provisión de información al GORE	Incentivar a los encargados del PMG GT del GORE a mejorar el relacionamiento que permita compartir información de la acción de otros servicios públicos, con ello esperamos mejorar la acción del servicio, en función de ejes articulados de acciones dirigidas a la complementariedad en el territorio.	Traspasar el grado de cumplimiento del Plan de Trabajo ejecutado y diagnosticar las posibles mejoras al sistema.	Planificación Estratégica y Calidad. Departamento de Gestión Territorial y Canales. Direcciones Regionales.	Diciembre 2009

OBJETIVO 4 : EL SERVICIO DIFUNDE SUS RESULTADOS A SUS CLIENTES/ USUARIOS/ BENEFICIARIOS Y FUNCIONARIOS

Actividad IV. 4.1. DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS²⁸²		REGIÓN:	
Destinatarios	Actividades de difusión²⁸³	Fecha de realización²⁸⁴	Responsable de la información de verificación²⁸⁵
Funcionarios	Los resultados del Plan son difundidos a través de nuestro sistema de gestión de la calidad, sistema Control de Registro, donde a través de la plataforma LOTUS NOTES cada funcionario/a puede descargar la	Se encuentra publicada, falta estructurar los contenidos, de manera que la navegación sea comprensible para los usuarios/as.	Direcciones Regionales. Departamento de Estudios. Departamento de Comunicaciones Estratégicas.

	documentación correspondiente a la gestión del PMG.		Departamento de Gestión Territorial y Canales. Departamento Educación para el Consumo. Programa de Participación Ciudadana. Planificación Estratégica y Calidad (Control de Gestión).
Clientes/usuarios/beneficiarios	A través de nuestro sitio Web. Se diseñará la información que se cargará al sitio Web, de forma de ordenarla, ya que si bien la información de las actividades por Región, se encuentra en el sitio, hay que clasificarla y relacionarla al link Gestión Territorial.	Diciembre 2009.	Departamento de Gestión Territorial y Canales. Departamento de Comunicaciones Estratégicas.

NOTAS EXPLICATIVAS PARA COMPLETAR EL FORMULARIO:

¹ De uso obligatorio al presentar Informe de la Etapa 4

² Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

³ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

⁴ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

⁵ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

⁶ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

⁷ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

⁸ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

⁹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹⁰ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹¹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹² Idem nota 8.

¹³ Idem nota 9.

¹⁴ Idem nota 10.

¹⁵ Idem nota 11.

¹⁶ Idem nota 8.

¹⁷ Idem nota 9.

¹⁸ Idem nota 10.

¹⁹ Idem nota 11.

²⁰ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

²¹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

²² Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

²³ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

²⁴ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

²⁵ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

²⁶ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

²⁷ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

²⁸ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

²⁹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

³⁰ Idem nota 8.

³¹ Idem nota 9.

³² Idem nota 10.

³³ Idem nota 11.

³⁴ Idem nota 8.

³⁵ Idem nota 9.

³⁶ Idem nota 10.

³⁷ Idem nota 11.

³⁸ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

³⁹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

⁴⁰ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

⁴¹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

⁴² Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

⁴³ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

⁴⁴ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

⁴⁵ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

⁴⁶ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

⁴⁷ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

⁴⁸ Idem nota 8.

⁴⁹ Idem nota 9.

⁵⁰ Idem nota 10.

⁵¹ Idem nota 11.

⁵² Idem nota 8.

⁵³ Idem nota 9.

⁵⁴ Idem nota 10.

⁵⁵ Idem nota 11.

⁵⁶ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

⁵⁷ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

⁵⁸ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

⁵⁹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no

cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

⁶⁰ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

⁶¹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

⁶² Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

⁶³ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

⁶⁴ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

⁶⁵ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

⁶⁶ Idem nota 8.

⁶⁷ Idem nota 9.

⁶⁸ Idem nota 10.

⁶⁹ Idem nota 11.

⁷⁰ Idem nota 8.

⁷¹ Idem nota 9.

⁷² Idem nota 10.

⁷³ Idem nota 11.

⁷⁴ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

⁷⁵ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

⁷⁶ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

⁷⁷ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

⁷⁸ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

⁷⁹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se

estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

⁸⁰ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

⁸¹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

⁸² Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

⁸³ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

⁸⁴ Idem nota 8.

⁸⁵ Idem nota 9.

⁸⁶ Idem nota 10.

⁸⁷ Idem nota 11.

⁸⁸ Idem nota 8.

⁸⁹ Idem nota 9.

⁹⁰ Idem nota 10.

⁹¹ Idem nota 11.

⁹² Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

⁹³ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

⁹⁴ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

⁹⁵ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

⁹⁶ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

⁹⁷ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

⁹⁸ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

⁹⁹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹⁰⁰ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹⁰¹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹⁰² Idem nota 8.

¹⁰³ Idem nota 9.

¹⁰⁴ Idem nota 10.

¹⁰⁵ Idem nota 11.

¹⁰⁶ Idem nota 8.

¹⁰⁷ Idem nota 9.

¹⁰⁸ Idem nota 10.

¹⁰⁹ Idem nota 11.

¹¹⁰ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

¹¹¹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

¹¹² Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

¹¹³ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

¹¹⁴ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

¹¹⁵ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

¹¹⁶ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

¹¹⁷ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹¹⁸ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹¹⁹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹²⁰ Idem nota 8.

¹²¹ Idem nota 9.

¹²² Idem nota 10.

¹²³ Idem nota 11.

¹²⁴ Idem nota 8.

¹²⁵ Idem nota 9.

¹²⁶ Idem nota 10.

¹²⁷ Idem nota 11.

¹²⁸ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

¹²⁹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

¹³⁰ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

¹³¹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

¹³² Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

¹³³ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

¹³⁴ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

¹³⁵ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹³⁶ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹³⁷ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹³⁸ Idem nota 8.

¹³⁹ Idem nota 9.

¹⁴⁰ Idem nota 10.

¹⁴¹ Idem nota 11.

¹⁴² Idem nota 8.

¹⁴³ Idem nota 9.

¹⁴⁴ Idem nota 10.

¹⁴⁵ Idem nota 11.

¹⁴⁶ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

¹⁴⁷ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

¹⁴⁸ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

¹⁴⁹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

¹⁵⁰ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

¹⁵¹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

¹⁵² Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

¹⁵³ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹⁵⁴ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹⁵⁵ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹⁵⁶ Idem nota 8.

¹⁵⁷ Idem nota 9.

¹⁵⁸ Idem nota 10.

¹⁵⁹ Idem nota 11.

¹⁶⁰ Idem nota 8.

¹⁶¹ Idem nota 9.

¹⁶² Idem nota 10.

¹⁶³ Idem nota 11.

¹⁶⁴ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

¹⁶⁵ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

¹⁶⁶ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

¹⁶⁷ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

¹⁶⁸ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

¹⁶⁹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

¹⁷⁰ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

¹⁷¹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹⁷² Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹⁷³ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹⁷⁴ Idem nota 8.

¹⁷⁵ Idem nota 9.

¹⁷⁶ Idem nota 10.

¹⁷⁷ Idem nota 11.

¹⁷⁸ Idem nota 8.

¹⁷⁹ Idem nota 9.

¹⁸⁰ Idem nota 10.

¹⁸¹ Idem nota 11.

¹⁸² Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

¹⁸³ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

¹⁸⁴ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

¹⁸⁵ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

¹⁸⁶ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

¹⁸⁷ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

¹⁸⁸ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

¹⁸⁹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

¹⁹⁰ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

¹⁹¹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

¹⁹² Idem nota 8.

¹⁹³ Idem nota 9.

¹⁹⁴ Idem nota 10.

¹⁹⁵ Idem nota 11.

¹⁹⁶ Idem nota 8.

¹⁹⁷ Idem nota 9.

¹⁹⁸ Idem nota 10.

¹⁹⁹ Idem nota 11.

²⁰⁰ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

²⁰¹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

²⁰² Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

²⁰³ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

²⁰⁴ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

²⁰⁵ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

²⁰⁶ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

²⁰⁷ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

²⁰⁸ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

²⁰⁹ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

²¹⁰ Idem nota 8.

²¹¹ Idem nota 9.

²¹² Idem nota 10.

²¹³ Idem nota 11.

²¹⁴ Idem nota 8.

²¹⁵ Idem nota 9.

²¹⁶ Idem nota 10.

²¹⁷ Idem nota 11.

²¹⁸ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

²¹⁹ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

²²⁰ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

²²¹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

²²² Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

²²³ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

²²⁴ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

²²⁵ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

²²⁶ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.

²²⁷ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.

²²⁸ Idem nota 8.

²²⁹ Idem nota 9.

²³⁰ Idem nota 10.

²³¹ Idem nota 11.

²³² Idem nota 8.

²³³ Idem nota 9.

²³⁴ Idem nota 10.

²³⁵ Idem nota 11.

²³⁶ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?

²³⁷ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)

²³⁸ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.

²³⁹ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)

²⁴⁰ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.

²⁴¹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.

²⁴² Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.

²⁴³ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.

- ²⁴⁴ Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.
- ²⁴⁵ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.
- ²⁴⁶ Idem nota 8.
- ²⁴⁷ Idem nota 9.
- ²⁴⁸ Idem nota 10.
- ²⁴⁹ Idem nota 11.
- ²⁵⁰ Idem nota 8.
- ²⁵¹ Idem nota 9.
- ²⁵² Idem nota 10.
- ²⁵³ Idem nota 11.
- ²⁵⁴ Debe contestar la pregunta: ¿Qué se LOGRÓ? ¿Cuál es la BRECHA entre resultados efectivos v/s los comprometidos?
- ²⁵⁵ Corresponde a los objetivos declarados en el Plan que incorpora perspectiva territorial a los productos estratégicos (etapa 2 – formulación del plan)
- ²⁵⁶ Corresponde al resultado anual de los indicadores declarados en la etapa 2 para cada objetivo específico del plan. Se debe presentar el indicador, el resultado del indicador (numerador y denominador, si se formuló así), y evaluar si el resultado se encuentra dentro del cumplimiento anual previsto para el año 2009.
- ²⁵⁷ De acuerdo al resultado del(los) indicador(es), corresponde calificar el cumplimiento del objetivo específico como un “logro” o una “brecha” entre el resultado comprometido y el efectivo. Se considerará que existe un logro, cuando el objetivo se “cumpla”. Existirá una brecha cuando se “cumple parcialmente” o “no cumple”. Definido lo anterior, cuando el objetivo se haya cumplido corresponde describir el “desarrollo alcanzado” en términos “cualitativos”, es decir, describiendo el “valor agregado” que se estima haber obtenido con las mejoras introducidas al producto (beneficios para clientes/usuarios/beneficiarios y, o para el territorio, mayor calidad, mayor equidad, etc.). En caso de que existan brechas se deberá describir las “dificultades en la implementación del objetivo” (errores en el diseño de la mejora, en la calidad de su implementación, falta de apoyo institucional, etc.)
- ²⁵⁸ Se describen los “desafíos” que se han detectado. Los desafíos corresponde a “nuevas demandas”, “necesidades emergentes” de los C/U/B, o “brechas de inequidad territorial” que todavía persisten, y que se estima necesario incorporar a los objetivos institucionales para ajustar la oferta territorial a la realidad de la demanda.
- ²⁵⁹ Se refiere a las recomendaciones en materia de objetivos a mantener, corregir o incorporar para ser incluidas en la formulación del plan plurianual 2010. El servicio recomendará “mantener” un objetivo para el ejercicio 2010 en el caso de que los resultados de su indicador y del desarrollo alcanzado sea positivo y se estime que seguirá produciendo un beneficio mantenerlo. A su vez, recomendará corregir el objetivo cuando requiera revisarse su formulación o alcance. Finalmente, recomendará incorporar un objetivo cuando sea pertinente a partir de nuevas demandas o inequidades que persistan.
- ²⁶⁰ Desempeño obtenido a diciembre de cada año (considerar lo anotado en etapa 3, actividad III1, III2, III3). Para la presentación del 30 de octubre próximo se solicitará una estimación del desempeño anual, porcentaje que deberá ser corregido en el informe final, en el caso de diferir.
- ²⁶¹ Descripción del principal logro del programa de trabajo respectivo en términos de sus beneficios. No se limite a señalar que la meta se cumplió.
- ²⁶² Corresponde a las actividades o medidas de la autoridad no cumplidas o parcialmente cumplidas. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4.
- ²⁶³ Recomendaciones para subsanar las dificultades encontradas en la implementación del respectivo programa de trabajo 2009 y que deben ser incorporadas al programa de seguimiento de la evaluación 2010. Considerar lo anotado en la etapa 3, actividad III.4, columna 3.
- ²⁶⁴ Idem nota 8.
- ²⁶⁵ Idem nota 9.
- ²⁶⁶ Idem nota 10.
- ²⁶⁷ Idem nota 11.
- ²⁶⁸ Idem nota 8.
- ²⁶⁹ Idem nota 9.
- ²⁷⁰ Idem nota 10.

²⁷¹ Idem nota 11.

²⁷² Considerar logro señalado en la actividad IV.1.2.

²⁷³ Considerar logro señalado en la actividad IV.1.3.

²⁷⁴ Considerar logro señalado en la actividad IV.1.4

²⁷⁵ Resumen de logros relevantes alcanzados en el período 2006-2009 en diseño, acceso-distribución y/o complementariedad de los productos estratégicos.

²⁷⁶ Resumen de logros relevantes alcanzados en el período 2006-2009 en todos o algunos de los siguientes procesos internos/externos, según corresponda a la realidad del servicio y sus compromisos PMG-GT: a) Planificación, programación y control de gestión; b) Coordinación territorial (región-provincia-comuna; región-sector); c) Difusión a clientes, usuarios, beneficiarios; d) Sistemas de información para la gestión territorial.

²⁷⁷ Resumen de logros relevantes alcanzados en el período 2006-2009 en el fortalecimiento de todas o algunas de las siguientes capacidades, según corresponda a la realidad del servicio y sus compromisos PMG-GT: a) delegación de facultades para actuar en el territorio, o creación de unidades dedicadas al tema; b) Formación, capacitación o habilitación de personal en gestión territorial.

²⁷⁸ Corresponde a las recomendaciones identificadas en las actividades IV: 1.2; 1.3; 1.4.

²⁷⁹ Actividad específica a través de la cual se llevará a cabo la recomendación de la evaluación.

²⁸⁰ Responsable de implementar el compromiso.

²⁸¹ Plazo en que el compromiso debe estar concluido (a más tardar diciembre 2010).

²⁸² Difusión de los resultados de la implementación del plan y de los programas de trabajo. El servicio está obligado antes de finalizar el año, a difundir a sus clientes, usuarios, beneficiarios al menos los resultados del período anterior (2008), y los del 2009 sólo en el caso de que estén concluidos. En el caso de los funcionarios se les debe mantener informado de los resultados y el estado de avance de la implementación del año actual.

²⁸³ Actividades a través de las cuales se verifica la difusión. Se pueden utilizar diversos canales para la difusión (reuniones, impresos, web, etc.)

²⁸⁴ Fecha de realización de las actividades de difusión.

²⁸⁵ Unidad administrativa responsable de mantener la información de verificación de las actividades de difusión.