

PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN 2009 GESTIÓN TERRITORIAL

ETAPA I - DIAGNÓSTICO
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR.

SANTIAGO, Junio 2009



FORMATOS DE LA ETAPA 1: DIAGNOSTICO GT y su actualización

CUADRO SINÓPTICO QUE ACTUALIZA EL DIAGNÓSTICO GT – INFORME DE LA ETAPA 1

En el caso de que no existan modificaciones relevantes en la institución, sus productos, entorno o clientes, presentar sólo cuadro sinóptico para actualizar diagnóstico.

Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos <i>(Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)</i>				
Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1. INFORMACIÓN DE MERCADO Y CONSUMO				
1.1 Estudios. La información de diagnóstico que se presenta para esta actividad, guarda relación con una visión global, y en la etapa 2 se realizará un desglose por región de cada uno de los productos. En este sentido, y relacionado a cada producto estratégico, y como ha sido presentado en años anteriores existen regiones priorizadas, y regiones no priorizadas, lo cual provoca diferencias de planteamientos de objetivos de acuerdo a estas clasificaciones.				
REGIÓN PRIORIZADAS: Atacama, Valparaíso, Bío Bío, Araucanía, Metropolitana				
1.1.1. Estudios y análisis orientados al impacto masivo sobre materias de consumo.	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	<p>Mantener el nivel práctico y experiencia técnica instalada que permitan el levantamiento de datos técnicos en los estudios a nivel territorial con recursos humanos propios de cada Dirección Regional.</p>	<p>Capacitar en conocimientos técnicos y herramientas de levantamiento de datos para estudios de carácter Regional, incorporando en ello las necesidades de actualización en materias de informes de estudios</p>	<p>Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	DR's señalan perspectiva territorial del PO 2009 de Estudios	Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2009	Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>En el 100% de regiones se desarrolla levantamiento de precios de estudios de combustibles, con informes locales.</p>	Regiones generan levantamientos y utilizan índices regionales.	Unidad de capacitación incorpora necesidades de actualización en materias análisis	Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.
1.1.2. Estudios y análisis orientados al impacto institucional	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	DR's priorizadas son capaces de realizar análisis regional autónomo	Unidad de capacitación incorpora necesidades de actualización en materias de informes de estudios	Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	DR's señalan perspectiva territorial del PO 2008 de Estudios	Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2008	DR's conozcan plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de PO2008
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>En el 100% de regiones se desarrolla levantamiento de combustibles, con informes locales.</p>	Regiones generan levantamientos y utilizan índices regionales.	Unidad de capacitación incorpora necesidades de actualización en materias análisis	DR's con capacidad para realizar levantamientos autónomos y utilización de herramientas comunicacionales
1.1.3. Estudios y análisis de mercados emergentes	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	Mantener el nivel práctico y experiencia técnica instalada que permitan el levantamiento de datos técnicos en los estudios a nivel territorial con recursos humanos propios de cada Dirección Regional.	Capacitar en conocimientos técnicos y herramientas de levantamiento de datos para estudios de carácter Regional, incorporando en ello las necesidades de actualización en materias de informes de estudios	Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	DR's señalan perspectiva territorial del PO 2009 de Estudios	Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2009	Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>En el 100% de regiones se desarrolla levantamiento de combustibles, con informes locales.</p>	Regiones generan levantamientos y utilizan índices regionales.	Unidad de capacitación incorpora necesidades de actualización en materias análisis	Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.
REGIÓN: Arica Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Coquimbo, O'higgins, Maule, Los lagos, Los Ríos, Aysén, Magallanes				
Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.1.1. Estudios y análisis orientados al impacto masivo sobre materias de consumo	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	<p>Mantener el nivel práctico y experiencia técnica instalada que permitan el levantamiento de datos técnicos en los estudios a nivel territorial con recursos humanos propios de cada Dirección Regional.</p>	<p>Capacitar en conocimientos técnicos y herramientas de levantamiento de datos para estudios de carácter Regional, incorporando en ello las necesidades de actualización en materias de informes de estudios</p>	<p>Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios</p>
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	<p>DR's señalan perspectiva territorial del P0 2009 de Estudios</p>	<p>Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2009</p>	<p>Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>En el 100% de regiones se desarrolla levantamiento de combustibles, con informes locales.</p>	<p>Regiones generan levantamientos y utilizan índices regionales.</p>	<p>Unidad de capacitación incorpora necesidades de actualización en materias análisis</p>	<p>Solicitar al Depto. de comunicación estratégica los lineamientos comunicacionales para que la región inicie sus comunicados pilotos.</p>
<p>1.1.2. Estudios y análisis orientados al impacto institucional</p>	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	<p>Mantener el nivel práctico y experiencia técnica instalada que permitan el levantamiento de datos técnicos en los estudios a nivel territorial con recursos humanos propios de cada Dirección Regional.</p>	<p>Capacitar en conocimientos técnicos y herramientas de levantamiento de datos para estudios de carácter Regional, incorporando en ello las necesidades de actualización en materias de informes de estudios</p>	<p>Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central. Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos.</p>	<p>DR's señalan perspectiva territorial del P0 2009 de Estudios</p>	<p>Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2009</p>	<p>Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009</p>
1.1.3. Estudios y análisis de mercados emergentes	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central.</p>	<p>Mantener el nivel práctico y experiencia técnica instalada que permitan el levantamiento de datos técnicos en los estudios a nivel territorial con recursos humanos propios de cada Dirección Regional.</p>	<p>Capacitar en conocimientos técnicos y herramientas de levantamiento de datos para estudios de carácter Regional, incorporando en ello las necesidades de actualización en materias de informes de estudios</p>	<p>Dirección Regional incorpora conocimientos técnicos y herramientas para el levantamiento de datos y estudios territoriales con recursos humanos propios</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>El año 2008 se logró que estas Direcciones Regionales (DR's) tuvieran la capacidad operativa de ejecutar y levantar datos de encuestas para estudios orientados a un impacto masivo a nivel regional, de acuerdo a planificaciones desde el nivel central. Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos.</p>	<p>DR's señalan perspectiva territorial del P0 2009 de Estudios</p>	<p>Aplicación de consulta a DR's respecto al PO2009</p>	<p>Dirección Regional conoce plan temático de estudios e incorporen a sus agendas las fechas de publicación de Plan Operativo 2009</p>

1.2. Información y difusión





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.2.1. Contenidos de la Web Institucional www.sernac.cl	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>Los avances Se da fin a los últimos procesos de rediseño de un nuevo sitio Web, en espera de ser probado (marcha blanca) y lanzado durante el 2009. Este diseño incorpora mejor navegabilidad y acceso de información con carácter regional.</p> <p>Por COMPLEMENTARIEDAD de los productos propios con los de otros servicios e instituciones públicas afines que permitiría construir acuerdos y llevar una oferta pública más integrada a la región o territorio.</p> <p>Los avances En el 2008 se gestionan alianzas con otras instituciones para la difusión del sitio Web.</p>	<p>La incorporación de la perspectiva regional en este producto ya forma parte de la planificación y desarrollo del mismo, las mejoras se proyectan como la consolidación de un sistema de trabajo en constante evaluación y mejora. (rediseño nuevo sitio Web)</p>	<p>Envío de noticias y actividades regionales para publicación oportuna en el sitio Web</p> <p>Gestiones institucionales para promover la difusión del producto y de contenidos.</p>	<p>Incorporación de contenidos (noticias) regionales en el sitio Web de Sernac.</p> <p>Promover la difusión y acceso del sitio Web institucional, a través de banners en otros sitios de Gobierno</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.2.2 Revista del Consumidor	<p>Causal PT: Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>Los avances Respecto de las características del producto la perspectiva regional ya se encuentra incorporada en cuanto a las temáticas abordadas en el producto, que son de interés nacional y tomadas desde la base de consultas y reclamos del sistema Sernac Facilita.</p> <p>Durante el 2008 además se generaron acuerdos de difusión (link o banner) con instituciones ligadas a la red SERNACfacilita.</p> <p>Por necesidad de mejoras a la equidad en la distribución del producto en zonas con alta vulnerabilidad social, extremas o de difícil acceso, deprimidas económicamente, o no atendidas anteriormente.</p> <p>Avances, la Revista del Consumidor para a ser difundida en formato digital (no más impresa) Permitiendo que a través del link, pueda ser enviada vía mail o difundida su dominio en el territorio, acortando la brecha de acceso al producto impreso.</p>	<p>Mantener los avances logrados en la materia, referente a acceso y difusión del producto, para lo cual se espera que los link's y banner publicados en las instituciones de Gobierno, mantengan la presencia de estos en sus diferentes portales Web.</p>	<p>Promover el acceso al producto, a través de un banner "publicitario" de www.revistadelconsumidor.cl, con el objetivo de promover su acceso y lectura en el territorio nacional.</p>	<p>Realizar alianzas institucionales para la promoción de la revistadelconsumidor.cl en diferentes sitios Web de gobierno.</p>

6005946000

Construyendo un Chile más justo y solidario en materia de consumo para todos





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.2.3. Productos para la Prensa (casos noticiosos, reportajes, minutas, vocería, conferencias, etc.)	<p>Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>Los avances Se entrega oportuno soporte de comunicación a las Direcciones Regionales del Sernac, para facilitar sus relaciones con la prensa local.</p> <p>Se realizan productos para la prensa con temática y connotación local, según demanda de las regiones.</p> <p>Se promueve la presencia del SERNAC en los medios de prensa regionales, mediante vocerías.</p> <p>Se generan accesos a través de herramientas informáticas (Lotus) para requerimientos y registros de prensa.</p>	La incorporación de la perspectiva regional en esta área de acción del SERNAC ya forma parte de la rutina de trabajo, las mejoras se proyectan como la consolidación de un sistema de trabajo en constante evaluación y mejora.	<p>Entrega de material oportuno acorde a los lineamientos institucionales y a las características, cuando sea el caso, locales.</p> <p>Evaluación de las acciones realizadas y mejora continua del proceso.</p>	Promover la gestión local de productos para la prensa.



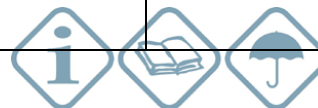


Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
1.2.4 Folletería	<p>Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>Los avances Durante el 2008 se generan productos específicos a realidades nacionales, de importancia territorial. Estos productos son folletos de difusión: Los pasos del reclamo y derechos y deberes del consumidor (en las compras).</p> <p>Además, se incorpora material en cada una de las campañas del Sernac (Cobranzas, telefonía, escolares y garantía legal), con información sobre canales de acceso en atención de público.</p>	Generar productos según demandas regionales y dependiendo del presupuesto asignado para efectos de material de difusión.	<p>Aplicar recomendaciones del informe en diseño de producto, según el uso eficiente del presupuesto asignado lo permita. Esto es, se incorporan las mejoras procurando que todas las regiones tengan material y los contenidos sean de relevancia nacional, según datos extraídos de las estadísticas nacionales de Sernac Facilita.</p> <p>Se harán contenidos de intereses particulares en regiones, si el recurso asignado lo permite.</p>	Realización de material de difusión según necesidades del usuario y presupuesto asignado, incorporando perspectiva territorial.

6005946000

Construyendo un Chile más justo y solidario en materia de consumo para todos





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
2. Orientación, asesoría jurídica y protección				
<p>2.1. Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor.</p>	<p>Por corresponder a las características del producto, modos de acceso, provisión en cada región.</p> <p>Se incorporaron variables territoriales en la elaboración y diseño del servicio de orientación.</p> <p>Se orientó el servicio de orientación a las características territoriales del usuario y usuaria.</p> <p>Se Descentralizó territorialmente la gestión del servicio Orientación, logrando transferir algunas funciones y competencias a encargados de las plataformas comunales de atención.</p> <p>El avance significativo se expresa en la entrega del servicio de orientación en el territorio.</p> <p>Este año 2009, para el logro de incorporar variables territoriales al diseño y características del producto orientación, se trabajaron los ejes de fomento al desarrollo de actividades en comunas donde se detecten dificultades en el registro y gestión de casos.</p>	<p>Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño del servicio Orientación, profundizando la relación de complementariedad vía Web Service.</p> <p>Orientar el servicio de Orientación a las características territoriales del usuario.</p> <p>Elaborar un Manual de carácter nacional de Nueva Plataforma Tecnológica que brinde soporte en las temáticas más frecuentes de carácter regional, integrando tanto, las necesidades territoriales como sectoriales (telecomunicaciones, sanitarias, eléctricas, salud, transporte etc.)</p>	<p>Mantener la incorporación de SS.PP. asociados en las capacitaciones regionales, incluyendo las materias más frecuentemente consultadas.</p> <p>Mantener los planes de capacitaciones y pasantías semestrales.</p> <p>Sistematizar las temáticas más frecuentes en los ámbitos sectoriales, en base a los registros del Call Center y las otras instituciones públicas.</p> <p>Implementación del Portal Municipal, para acceder al sistema de registro de casos desde plataformas SERNACfacilita Municipio.</p>	<p>El servicio de Orientación incorpora las características territoriales del usuario y variables para la elaboración o diseño del producto.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
<p>6005946000 Construyendo un Chile más justo y solidario en materia de consumo para todos Página 15 de 34</p>	<p>Por COMPLEMENTARIEDAD</p> <p>Se optimizaron los procesos de coordinación interna y externa del servicio de orientación. En tal sentido, los logros obtenidos durante el 2008 mejoraron los procedimientos de derivación de casos a otros servicios públicos, logrando vía Web Service una mejor complementariedad de tramitación de las consultas de los consumidores y consumidoras.</p> <p>Se coordinaron las actividades de talleres, dando cumplimiento al traspaso de buenas prácticas en procesos relacionados con el servicio de Orientación y materias de consultas de Servicios Públicos que conforman la Red Nacional de Protección de derechos de los consumidores/as. Especialmente se ha trabajado en desarrollar planes de relacionamiento con encargados de plataformas SERNACfacilita Municipio en cada Región con el objetivo de mejorar los convenios y acciones de complementariedad entre SERNAC y Municipalidades.</p>	<p>Mantener y mejorar los procedimientos de atención del producto Orientación, adecuando este servicio a las características territoriales del usuario/a, cliente o beneficiario/a.</p>	<p>Mediante los procesos de interoperación con SS.PP. potenciar el nivel de derivaciones de consultas desde el territorio a los SS.PP. asociados.</p> <p>Mantener las actividades relacionadas al PLAN Mínimo de Relacionamiento con encargados de plataformas Municipales de atención de público en base a los siguientes criterios y actividades;</p> <p>Las líneas de acción que son utilizadas principalmente corresponden a: Capacitación, Pasantías y Difusión. En cada una de ellas se desarrollan una serie de actividades cuyo objetivo es potenciar la gestión que desarrollan los Ejecutivos de Atención de Público de la Plataforma SFM y consolida el convenio firmado con el municipio. Los plazos de cumplimiento son principalmente durante el primer o segundo semestre según corresponda.</p>	<p>Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Orientación.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Por necesidad de mejoras a la equidad.</p> <p>En materia de acceso al servicio de Protección, este se materializa a través del acceso a través del funcionamiento de nuestro Call Center y Web Center. Servicio que es monitoreado en forma diaria por la empresa prestadora de los servicios de soporte informático, a cargo de la plataforma Tecnológica</p>	<p>Difundir el número de Call Center y los link's de acceso a consulta y reclamo instalados en la página Web institucional www.sernac.cl para ingresos de casos.</p>	<p>Difusión de número Call Center y página Web www.sernac.cl para su uso por parte de los consumidores.</p> <p>Fomentar el desarrollo de actividades en terreno en comunas con bajo nivel de acceso al Servicio de orientación.</p> <p>Este proceso cada Dirección Regional lo ejecuta conforme a los Informes de Cuadro de Monitoreo Regional, del cual se desprende información relacionada al estado de actividad que tienen las plataformas de atención de público.</p>	<p>Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Orientación.</p> <p>Incorporar mejoras en el acceso al servicio de orientación</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
<p>2.2. Tramitación de reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre consumidor-proveedor</p>	<p>Por corresponder a las CARACTERISTICAS.</p> <p>Durante el año 2008 se establecieron los procedimientos de tramitación digital con empresas que concentran volúmenes importantes de requerimientos para mejorar los tiempos de tramitación y respuesta a los reclamos presentados por los consumidores/as, esta mejora se implementó al Sistema, implementando el Portal proveedores, reduciendo la brecha de respuestas de los proveedores a nivel Nacional y Regional.</p> <p>El programa SERNACfacilita este año 2009, se implementará el modelo de interoperabilidad con empresas, que faciliten las mejoras a implementar, cuyo objetivo es reducir la brecha de la alternativa de cierres de casos con Proveedor No Responde.</p>	<p>Monitorear y evaluar los procedimientos de tramitación digital de casos con empresas y evaluar sus procedimientos a objeto de incorporar variables territoriales en su elaboración o diseño, implementando el modelo de interoperabilidad con proveedores en cada Dirección Regional.</p>	<p>Establecer procedimientos de tramitación digital con empresas que concentran volúmenes importantes de requerimientos para mejorar los tiempos de tramitación y respuesta a los consumidores. Incorporando en reportería del sistema, estadísticas automáticas que faciliten la visualización del ítem de resultado de cierre de una mediación.</p> <p>Implementar el modelo de Interoperabilidad con proveedores, cuyo objetivo central es reducir el volumen de casos gestionados sin respuesta del proveedor.</p>	<p>Incorporar variables territoriales en la elaboración o diseño al servicio de tramitación de reclamos.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Por COMPLEMENTARIEDAD.</p> <p>Mantener la incorporación de SS.PP. asociados en las capacitaciones regionales, incluyendo las materias más frecuentemente reclamadas, que permita desarrollar minutas y pautas de trabajo de carácter nacional que integren los requerimientos regionales de acuerdo a las temáticas de los reclamos registrados.</p> <p>Mediante los procesos de interoperación con SS.PP. potenciar el nivel de derivaciones de reclamos desde el territorio a los SS.PP. asociados, y que cuenten con presencia Regional. Y vía Web Service o por oficio con aquellos servicios que no cuentan con presencia Nacional</p>	<p>Orientación del producto, bien o servicio a las características territoriales del usuario, cliente o beneficiario</p> <p>Elaborar minutas y pautas de trabajo de carácter nacional que, sobre la base de las temáticas reclamadas más frecuentes de carácter regional, integre tanto, las necesidades territoriales como sectoriales (telecomunicaciones, sanitarias, eléctricas, salud, transporte etc.)</p>	<p>Mantener la incorporación de SS.PP. asociados en las capacitaciones regionales, incluyendo las materias más frecuentemente reclamadas.</p> <p>Sistematizar las temáticas más frecuentes de los otros ámbitos sectoriales, en base a los registros de Plataformas de Atención de Público, Canal Presencial, e Internet.</p>	<p>Orientar el servicio a las características territoriales del usuario del servicio de tramitación de reclamos.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Por COMPLEMENTARIEDAD. El Programa SERNACfacilita contempla el desarrollo e interacción, a nivel sistémico, de un conjunto de componentes esenciales que hacen viable una buena gestión del Modelo de Atención de Público, que forma parte de la oferta estratégica institucional que desarrolla el SERNAC.</p> <p>Entre estos componentes, uno de los más significativos lo constituye la Red Territorial compuesta por plataformas municipales de atención de público, las cuales se constituyen a partir de convenios que se celebran entre las Direcciones Regionales de SERNAC y las municipalidades.</p> <p>Estos convenios permiten la creación de Plataformas municipales conocidas como "SERNACfacilita Municipios".</p>	<p>Mantener y mejorar los procedimientos de atención del producto Orientación, adecuando este servicio a las características territoriales del usuario/a, cliente o beneficiario/a.</p>	<p>Mediante los procesos de interoperación con SS.PP. potenciar el nivel de derivaciones de reclamos desde el territorio a los SS.PP. asociados</p> <p>Mantener las actividades relacionadas al PLAN Mínimo de Relacionamiento con encargados de plataformas Municipales de atención de público en base a los siguientes criterios y actividades;</p> <p>Las líneas de acción que son utilizadas principalmente corresponden a: Capacitación, Pasantías y Difusión. En cada una de ellas se desarrollan una serie de actividades cuyo objetivo es potenciar la gestión que desarrollan los Ejecutivos de Atención de Público de la Plataforma SFM y consolida el convenio firmado con el municipio. Los plazos de cumplimiento son principalmente durante el primer o segundo semestre según corresponda.</p>	<p>Optimizar los procesos de coordinación interna y externa del servicio de Tramitación de reclamos.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>Por necesidad de mejoras a la equidad en la distribución del producto en zonas con alta vulnerabilidad social.</p> <p>Potenciar el nivel de participación en el registro nacional de reclamos desde las plataformas comunales.</p>	<p>Descentralizar territorialmente la gestión de los productos, bienes o servicios</p>	<p>Potenciar el nivel de participación en el registro nacional de reclamos desde las plataformas comunales</p>	<p>Descentralizar territorialmente la gestión del servicio Tramitación de Reclamo.</p>
	<p>Por necesidad de mejoras a la equidad en la distribución del producto en zonas con alta vulnerabilidad social, extremas o de difícil acceso, deprimidas económicamente, o no atendidas anteriormente.</p> <p>Este se materializó a través del funcionamiento de nuestro Call y Web Center. Servicio que es monitoreado en forma diaria por la empresa prestadora de los servicios de soporte informático, a cargo de la plataforma Tecnológica.</p>	<p>Mantener la difusión de la página Web www.sernac.cl para ingresos de casos.</p>	<p>Difusión página Web www.sernac.cl para su uso por parte de los consumidores.</p> <p>Fomentar el desarrollo de actividades en terreno en comunas con bajo nivel de acceso al Servicio de reclamos.</p> <p>Este proceso cada Dirección Regional lo ejecuta conforme a los Informes de Cuadro de Monitoreo Regional, del cual se desprende información relacionada al estado de actividad que tienen las plataformas de atención de público.</p>	<p>Incorporar mejoras en el acceso al servicio de Tramitación de Reclamos.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>A fines del año 2008, desde el Nivel Central, se inició un Plan de Trabajo cuyo objetivo central es contribuir a que los habitantes de comunas pertenecientes al Plan 20 y de zonas vulnerables, mejoren su integración y acceso al sistema de protección de los derechos del consumidor, fomentando el desarrollo de planes de acción ejecutables por las Direcciones Regionales, que estimulan procesos que permitan dar a conocer la forma de participación y de integración a las redes de protección pública y privada.</p> <p>De esta forma a fines del 2008 se establecieron comunas que presentan brechas, y mayor vulnerabilidad de que los habitantes fueran lesionados sus derechos como consumidores/as.</p>	<p>Mejorar y/o desarrollar canales de información al consumidores/as de zonas vulnerables informados/as del Sistema Nacional de Protección de los derechos de los consumidores.</p> <p>Difusión de Canales de atención en la Red SERNACfacilita. Canal Presencial, Canal Internet y Canal Telefónico.</p> <p>Desarrollar actividades de difusión, capacitación, talleres y actividades que permitan informar del sistema de protección de derechos de los consumidores a los habitantes de comunas pertenecientes al Plan 20.</p>	<p>Elaborar Planes de Trabajo por cada Dirección regional, conforme a selección de comunas que para efectos del Plan de trabajo pueden ser definidas como vulnerables, ya sea por la distancia que sus habitantes tengan respecto de oficinas de atención presencial, y dando a conocer los canales de atención telefónicos e internet, para que puedan acceder al sistema de protección de los derechos del consumidor/a.</p>	<p>Difundir el sistema de protección de derechos del consumidor/a, en comunas pertenecientes al Plan 20.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
2.3 Asesoría Jurídica y presentación de denuncias y defensas en JPL y J. Civiles	Asociados al diseño y/o características del producto: Se diseñó guía de defensa de los derechos ante JPL y se difundió en la Web. El año 2008 se avanzó en la elaboración y difusión en la Web de la guía procedimental y formularios de denuncias y demandas ante JPL., a disposición de los consumidores/as, de forma de apoyar y orientar la forma correcta de realizar sus denuncias, bajo el principio de autotutela para el ejercicio del derecho a realizar denuncias que afectan o cuando se transgreden los derechos del consumidor/a.	Mantener y mejorar los procedimientos, según corresponda, de la guía procedimental y de formularios de denuncias y demandas ante JPL y la difusión de los mismos en la Web.	Disponibilidad de la Web y difusión en ella.	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.
	Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: Se efectuaron las actividades planificadas en el período 2006-2007, y ya en el año 2008 se definió, como conclusión que ya no es posible efectuar más actividades por razones presupuestarias, salvo las capacitaciones en esta materia a los encargados de plataformas comunales que cuenten con convenio a través de las DRs.	Efectuar al menos dos capacitaciones en materias de la ley 19.496 al año, a través de las DRs a los encargados de las plataformas comunales con convenio.	Disponibilidad presupuestaria y participación de los encargados municipales en las capacitaciones. Estas actividades están señaladas en los planes de acción que cada Dirección Regional elabora para ejecutar durante el primer y segundo semestres del año 2009.	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.





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	Asociados al diseño y/o características del producto: Se implementó en el sistema Workflow SERNACfacilita el diseño para detectar materias relacionadas a juicios de interés colectivo y difuso en todo el país.	Incorporar en la herramienta del SERNACfacilita la posibilidad de efectuar mediaciones colectivas. Asimismo elaborar y difundir el procedimiento aplicable a las soluciones colectivas.	Modificaciones efectivas en SERNACfacilita, elaboración del procedimiento y difusión del mismo.	Que las DRs puedan alertar la existencia de acciones colectivas y gestionar aquellas que tengan incidencia en sus respectivos territorios conforme el procedimiento establecido.
2.4 Protección de Intereses Colectivos y Difusos	Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: No se verificaron acciones de esta naturaleza en estas comunas, no obstante se continuará con el monitoreo a fin de detectar posibles casos de esta naturaleza.	Continuar monitoreando posibles acciones colectivas a través de las DRs.	Seguir efectuando acciones de monitoreo a través de las DRs e informar respecto a las posibles acciones colectivas que se detecten conforme al procedimiento.	Que las distintas DRs puedan efectivamente monitorear acciones colectivas en sus respectivos territorios acotando así la brecha de inequidad.



Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos *(Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico)*

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
3. Educación sobre deberes y derechos de los consumidores				
3.1. Programa de información educativa a distancia				
3.1.1. Curso tradicional a distancia para profesores	En materia de características del producto: El curso se desarrolló y se utilizaron diversos canales de difusión, tanto regionales como a nivel nacional, con más de 20 publicaciones en prensa. Al ser éste un curso dirigido a un público objetivo nuevo, con el cual no se había trabajado en años anteriores, (docentes de educación de adultos) y considerando que a partir de este año existe un subsector nuevo obligatorio para este nivel de educación (Consumo y calidad de vida), el producto resultó altamente novedoso y útil para ellos, de una gran demanda a nivel nacional, del cual derivaron una serie de nuevas alianzas estratégicas y un alto impacto en la educación.	✓ Diseñar el producto atendiendo a las características territoriales de sus usuarios, clientes, beneficiarios.	✓ Se realizan tres grupos focales con docentes de educación de adultos para presentarles la propuesta de este nuevo curso, en cuanto a contenidos y metodología de trabajo. En base a sus resultados se incorporaron las mejoras necesarias.	Vincular experiencias exitosas regionales del curso de perfeccionamiento con el quehacer de la dirección regional.





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>En materia de coordinación y/o complementariedad: A nivel nacional, el 2008 se trabajó con la Unidad de Coordinación de Educación de Adultos del Mineduc, a través de la cual se gestionaron los cursos en regiones. Del mismo modo, se trabajó con otras entidades de educación en todas las regiones del país.</p>	<p>Difusión del producto por diversos medios. Relacionamiento formal con instituciones regionales de educación, como Coordinación de Educación de Adultos del Ministerio de Educación, Municipios (DAEM), Universidades, etc. Difusión del curso directamente en establecimientos educacionales que imparten clases en este nivel de la educación.</p>	<p>Realizar un Plan de difusión nacional general y cada región lo aplicará según su realidad regional, proponiendo alternativas, según su criterio y relacionamiento interinstitucional más pertinente. Al mismo tiempo, se trabajará en conjunto con la Coordinación Nacional de Educación de Adultos del Mineduc para implementar el proyecto a nivel nacional, generando acuerdos de trabajo conjunto en el futuro.</p>	<p>Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.</p>
	<p>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: Se logró llegar a la mayor cantidad de establecimientos educacionales que imparten clases en este nivel de la educación, generalmente, de sectores más vulnerables del país y con presencia en todas las regiones. Por otro lado, este curso fue pertinente al nuevo subsector obligatorio para este nivel, denominado "Consumo y calidad de vida", del cual no existían mayores contenidos y/o metodologías, más que la que ofrece Sernac a través de este curso a distancia.</p>	<p>Acceso a la mayor cantidad de unidades escolares del país que imparten clases en este nivel de la educación. Apoyo en comunas del Plan 20 para la generación de interesados. Mayor acompañamiento en el desarrollo del curso a docentes, mejorando redes de comunicación (mail, teléfonos) Producto nuevo para este grupo objetivo, por lo que no habría saturación en comunas urbanas.</p>	<p>Se ofrecerá este curso a 1.000 docentes de educación de adultos del país. Difusión en los Departamentos de Educación de cada Municipio y las Seremi de educación. Implementación de campaña de difusión nacional del PPDD, a través de los canales de difusión institucionales y/o propios de las redes interinstitucionales nacionales y regionales.</p>	<p>Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
3.1.2. Aplicaciones audiovisuales de material educativo para escuelas (CDs interactivos, videos, cápsulas televisivas)	Asociados al diseño y/o características del producto: Además del material ya existente y que se sigue aplicando en todas las regiones del país, se creó un nuevo material audiovisual, destinado a alumnos y alumnas de educación básica, el que desarrolla temas de consumo asociados a contenidos matemáticos para 5° a 8° básico. Todos los materiales educativos se utilizan en los establecimientos educacionales (básica y media) y algunos de ellos son utilizados también como material de apoyo complementario en charlas y talleres para distintos públicos, debido a sus características y transversalidad del tema.	Diseñar el producto atendiendo las características territoriales de sus usuarios, clientes, beneficiarios.	Se realiza el diseño y producción del material bajo el modelo de calidad y mejora continua, lo que incluye procesos de diagnóstico y validación de los mismos, contemplando las características del público objetivo destinatario de los productos, así como la expertiz en el rubro del mismo Consejo Nacional de Televisión y la productora que realiza el material.	Garantizar la calidad de la educación para el consumo en alumnos y alumnas de educación básica y media a nivel nacional.





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>En materia de coordinación y/o complementariedad: Este material se difundió no sólo a través del DVD que Semac entregó a los establecimientos educacionales donde se realizaron actividades de capacitación, sino que también a través del canal Novasur del Consejo Nacional de Televisión y sus redes asociadas, con quienes tenemos un convenio a nivel nacional. No obstante lo anterior, las regiones tienen sus propias redes de difusión (canales de televisión regionales, radio y prensa escrita) para difundir el producto.</p>	<p>Difusión del producto por diversos medios, a través de un plan de difusión nacional y regional. Convenios con otras instituciones de educación a nivel nacional, como Municipios (DAEM), Ministerio de Educación, escuelas, Universidades, etc. Difusión del material audiovisual en establecimientos de otras dependencias, además de los Municipalizados (particulares subvencionados)</p>	<p>Enviar material a establecimientos educacionales interesados. Complementar el trabajo con soporte logístico e informático (equipos, material de apoyo, guía para el docente, etc.) Realizar un Plan de difusión nacional general y cada región lo aplicará según su realidad regional, proponiendo alternativas, según su criterio y relacionamiento interinstitucional más pertinente.</p>	<p>Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.</p>
	<p>Asociados a la reducción de inequidad territorial en el acceso a productos: La mayoría de los establecimientos que pertenecen a la Red Novasur del CNTV son de comunas rurales y más vulnerables. Sernac por su parte gestiona con sus propias redes, abarcando de esta manera un gran porcentaje de la región.</p>	<p>Difusión a través de campañas nacionales y regionales.</p>	<p>Difusión en los Departamentos de Educación de cada Municipio y las Seremi de educación. Implementación de campaña de difusión nacional y regional, a través de los canales de difusión institucionales y/o propios de las redes interinstitucionales nacionales y regionales. Presupuesto para difusión y producción del material didáctico.</p>	<p>Generar y afianzar alianzas estratégicas con diversos actores del sistema de educación regional para difundir el producto.</p>
3.2. Programa de información educativa presencial				





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
3.2.1. Charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos	Asociados al diseño y/o características del producto: De acuerdo a los resultados de las encuestas de satisfacción, se actualizaron todos los módulos, en cuanto a contenidos, metodología de trabajo y evaluaciones. Se está trabajando en la generación de material complementario de apoyo, ya sea audiovisual como impreso. Este material se socializó a todas las regiones, por lo que ya no es necesario realizar una capacitación interna (presencial) a los encargados de educación de cada región, ya que se les envía el material, los contenidos, presentaciones y actualizaciones de cada módulo, así como el material complementario.	Diseñar el producto atendiendo las características territoriales de sus usuarios, clientes, beneficiarios.	Se aplican encuestas de satisfacción al público objetivo y en base a sus resultados se incorporaron las mejoras necesarias en cada módulo de capacitación.	Homogeneizar la calidad del servicio de capacitación a nivel nacional.





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
	<p>En materia de coordinación y/o complementariedad: En la mayoría de las regiones se formalizaron alianzas estratégicas con otros servicios e instituciones para la difusión y realización de charlas y/o talleres de capacitación en temas de consumo, lográndose capacitar a más de 9.000 personas en todo el país.</p>	<p>Difusión del producto por diversos medios, a través de un plan de difusión nacional. Convenios con otras instituciones de gobierno o empresas privadas a nivel nacional, como Municipios servicios públicos, ministerios, grupos sociales, etc.</p>	<p>Todas las regiones cuentan con un profesional encargado de dictar las charlas y capacitar a los facilitadores. Capacitación a los funcionarios (facilitadores) de otras instituciones, generando así redes de consumo. Proveer de soporte logístico e informático apropiado a la actividad. Gestionar y formalizar alianzas estratégicas en cada región. Realizar un Plan de difusión nacional general y cada región lo aplicará según su realidad regional, proponiendo alternativas, según su criterio y relacionamiento interinstitucional más pertinente.</p>	<p>Garantizar la calidad de la educación para el consumo a la población no formal, a nivel nacional.</p>





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
4.0. Programa de Fortalecimiento de la Participación Ciudadana				
4.1. Fondo Concursable para las asociaciones de consumidores	En materia de características del producto: - Plan de difusión regional sobre asociatividad consumerista y condiciones legales para la constitución de Asociaciones de Consumidores.	Aumentar en un 50% la cobertura territorial de las actividades de difusión. Aumento en un 20% de las postulaciones de Asociaciones de Consumidores regionales. Aumento en un 10% de los recursos asignados a las Asociaciones de consumidores de regiones distintas de la Metropolitana.	- Ajustes a los acuerdos de servicio, para soportar de manera más conveniente los procesos de relación con las nuevas Asociaciones de Consumidores.	Aumento de postulaciones y asignaciones de recursos a Asociaciones de Consumidores regionales.
	En materia de coordinación y/o complementariedad - Plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga el anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente	Mejorar coordinación con SEREMI de Gobierno.	Formalizar reuniones de trabajo sobre asociatividad y difusión del Fondo entre organizaciones sociales vinculadas a la SEREMI	Mejorar cobertura de información a sectores sociales relevantes de la región.
	Coordinación y complementariedad: Las Direcciones Regionales del SERNAC implementaron plan de difusión del Fondo Concursable, consistente en información a las Asociaciones, comunicados de prensa y presencia en medios locales, con ocasión del Concurso anual de Proyectos del Fondo, en coordinación con el Departamento de Comunicación Estratégica.	Difundir en medios de prensa locales y en aquellas regiones que cuenten con asociaciones de consumidores el acceso a Fondos Concursables.	Formalizar reuniones de trabajo sobre asociatividad y difusión del Fondo entre organizaciones sociales vinculadas a la SEREMI	Implementar plan de difusión regional sobre existencia y beneficios que otorga el anualmente el Fondo Concursable a las Asociaciones de Consumidores constituidas legalmente.





Cuadro I. N°1: Objetivos recomendados al Plan GT como mejoramiento de productos (*Objetivos 1 y 2 del Diagnóstico*)

Producto/subproductos estratégicos Nota (1)	Avance existente aplicando la PT (2)	Mejora prevista que se proyecta lograr (3)	Medidas necesarias que acompañen las mejoras (4)	Objetivo recomendado al Plan GT (5)
4.2. Programa de fortalecimiento de la sociedad civil organizada (adc's)	En materia de características del producto Programa de capacitación a las Asociaciones legalmente constituidas en materias de formulación, gestión y evaluación de proyectos implementado.	Ampliar rango temático y territorial de la implementación del plan de capacitación.	Ajustes a los acuerdos de servicio, para soportar de manera más conveniente los procesos de relación con las nuevas Asociaciones de Consumidores.	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
	En materia de coordinación y/o complementariedad Programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales), implementadas.	Realizar talleres zonas que permitan la integración y construcción de redes entre Asociaciones regionales. Implementación de foros regionales del consumo.	Ajustes a los acuerdos de servicio, para soportar de manera más conveniente los procesos de relación con las nuevas Asociaciones de Consumidores.	Desarrollar programa de reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores (al menos 2 anuales).

- (1) Usar el listado completo de productos y subproductos vigentes en el 2009 según A-1 aprobado por DIPRES
- (2) Reseñar el avance existente aplicando la perspectiva territorial en cada tipo de causal -si es pertinente- en cada producto/subproducto.
- (3) Identificar la mejora prevista que se proyecta viable de incorporar al Plan GT y Programa Anual de Trabajo GT.
- (4) Identificar medidas de la autoridad necesarias para garantizar la aplicación de las mejoras (incluir medidas identificadas en actividades I.1.2, I.1.3, I.1.4, I.1.5. y 2.1.
- (5) A partir de las columnas anteriores redactar objetivo que exprese el desarrollo deseable.



Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional
(Objetivo 3 del Diagnóstico)

Información	Medidas para proveer información a jefatura regional	Medidas para proveer información al GORE	Objetivo recomendado al Plan GT con mejoras a los sistemas
<p>El SERNAC dispone de información de registro de ingresos de Casos Consultas y Reclamos, y del cumplimiento de la gestión de dichos casos. Este sistema esta disponible a nivel Nacional, y se encuentra activo en cada Dirección Regional. Por lo tanto, a través de su Sistema SERNACfacilita, permite la generación de información sistematizada de los Resultados de Gestión con periodicidad Semestral y trimestral a Nivel de Direcciones Regionales y Semestral a nivel Nacional.</p> <p>Considerando la oferta de productos de SERNAC por región, la información se puede desagregar por comunas o territorios.</p> <p>Información:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Resumen General Semestral de Ingresos de casos, regional y comunal, por los canales presencial, telefónico, e internet. 2. Resumen General Semestral de Consultas y Reclamos por Canal, presencial, telefónico e internet. 3. Informe de Temas más consultados y reclamados, por región y comuna. 4. Informe de empresas Nacional, Regional que presentan mayor volumen de casos y tasas de conflictividad. 5. Información de relacionamiento con otras SS.PP. 	<p>Toda Dirección Regional dispone de un Profesional de Apoyo. Este es encargado de mantener relacionamiento y acciones de complementariedad y coordinar acciones con los Servicios Públicos y con las Plataformas SERNACfacilita en convenio.</p> <p>Su función es articular la Red de Servicios relacionados a temáticas de protección a los derechos del consumidor.</p> <p>Elaborar Informes de Gestión y cumplimiento de Indicadores.</p> <p>Esta información es evacuada en 2 tipos de informes;</p> <p>Plan Mínimo de relacionamiento. Que da cuenta de actividades de Capacitación; actividades de Educación y Participación Ciudadana. Así como del relacionamiento con los Servicios Públicos y Plataformas SERNACfacilita.</p> <p>Elaboración de Cuadro de Monitoreo Regional. Que entrega un resumen de actividad periódica de la gestión de casos consultas y reclamos. Esta Información se desagrega a nivel regional y comunal.</p>	<p>Mejorar y/o Desarrollar acuerdos formales de entrega de información de Productos y Gestión de SERNAC, con el GORE.</p> <p>Esta información será remitida al Sr. Intendente Regional, con copia a la División de Planificación y Desarrollo Regional y al encargado del Sistema de Gestión Territorial en cada Gobierno Regional.</p> <p>Para ello, se elaborará un Diseño y formato, sus contenidos y procedimientos para la evacuación de información. Identificando en este la Red Territorial de Plataformas de Atención, y la Red de Servicios Público participantes de la protección de derechos de los consumidores/as.</p> <p>Elaborar Informes de Gestión y cumplimiento de Indicadores SEMESTRALES los cuales se harán llegar mediante oficio al Gobierno regional</p> <p>Esta información es evacuada en 2 tipos de informes;</p>	<p>Establecer un acuerdo de traspaso de información de Productos y Gestión del SERNAC a cada GORE, de modo de mejorar el sistema de información institucional evacuada a Nivel Regional.</p> <p>Este acuerdo debe expresar el formato, contenido y periodicidad de información a ser entregada.</p> <p>Desarrollar informes de Gestión Semestral del SERNAC que permitan entregar un resumen de actividades al GORE.</p> <p>Mejorar la difusión interna y externa mediante información en Sistema SERNACfacilita, con apartado especial para regiones, desarrollando un link específico por cada Dirección Regional.</p>



Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional
(Objetivo 3 del Diagnóstico)

Información	Medidas para proveer información a jefatura regional	Medidas para proveer información al GORE	Objetivo recomendado al Plan GT con mejoras a los sistemas
		<p>1. Plan Mínimo de relacionamiento. Que da cuenta de actividades de Capacitación; actividades de Educación y Participación Ciudadana. Así como del relacionamiento con los Servicios Públicos y Plataformas SERNACfacilita de la región y de las comunas.</p> <p>2. Elaboración de Cuadro de Monitoreo Regional. Que entrega un resumen de actividad periódica de la gestión de casos consultas y reclamos. Esta Información se desagrega a nivel regional y comunal.</p>	
<p>Del programa anual de gastos de la dependencia desconcentrada operando en la región.</p>	<p>Programar y difundir internamente plan semestral de actividades en terreno y gasto asociado a los productos de Protección que mantiene SERNAC en el nivel Regional y comunal</p>	<p>Incorporar en Informes de Gestión Semestral Información relativa al presupuesto asignado a las actividades que se han generado en el período.</p>	<p>Establecer un acuerdo de traspaso de información de Productos y Gestión del SERNAC a cada GORE, de modo de mejorar el sistema de información institucional evacuada a Nivel Regional.</p> <p>Informar y difundir el plan de trabajo en el territorio en forma semestral.</p> <p>Esta información de Planificación será suministrada al GORE y a los SS.PP. Pertenecientes a la red de protección de los derechos de los consumidores y consumidoras.</p>
<p>Del programa anual de inversiones en la región / proyectos por comunas o territorios</p>	<p>No, Sernac no cuenta con inversiones regionales</p>	<p>Si, contra pedido generalmente, informándose que no hay inversión regional.</p>	<p>No hay mejora posible ya que no existe el ítem presupuestario</p>



Cuadro I. N° 2 : Objetivos recomendados al Plan en materia de mejoras a los sistemas de información institucional
(Objetivo 3 del Diagnóstico)

Información	Medidas para proveer información a jefatura regional	Medidas para proveer información al GORE	Objetivo recomendado al Plan GT con mejoras a los sistemas
		Difundir las políticas e iniciativas que desarrolla el servicio que tienen impacto en todas las regiones	
De los clientes o usuarios atendidos por producto y por comunas o territorios de la región	Relevar información y contenidos de las temáticas más consultadas desde el territorio Regional, a través de reportes SERNACfacilita (reportes SfM, población objetivo de educación y de difusión) para implementar los productos según características de los usuarios.	<p>Elaborar Informes de Gestión y cumplimiento de Indicadores SEMESTRALES los cuales se harán llegar mediante oficio al Gobierno regional</p> <p>Esta información es evacuada en 2 tipos de informes;</p> <p>1. Plan Mínimo de relacionamiento. Que da cuenta de actividades de Capacitación; actividades de Educación y Participación Ciudadana. Así como del relacionamiento con los Servicios Públicos y Plataformas SERNACfacilita de la región y de las comunas.</p> <p>2. Elaboración de Cuadro de Monitoreo Regional. Que entrega un resumen de actividad periódica de la gestión de casos consultas y reclamos. Esta Información se desagrega a nivel regional y comunal.</p>	<p>Establecer un acuerdo de traspaso de información de Productos y Gestión del SERNAC a cada GORE, de modo de mejorar el sistema de información institucional evacuada a Nivel Regional.</p> <p>Desarrollar informes de Gestión Semestral del SERNAC que permitan entregar un resumen de actividades al GORE.</p> <p>Mejorar la difusión interna y externa mediante información en Web institucional, con apartado espacial para regiones, desarrollando un link específico por cada Dirección Regional.</p>

Cambios menores que ajustan sistemas ampliando variables o bases de datos se tratan como mantenimiento; no se reportan al PMG-GT.

