

**INFORME DE CUMPLIMIENTOS DE COMPROMISOS AL
31-12-2009**

Programa/Institución: Proyecto SernacFacilita (O.I.R.)
Ministerio: MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y RECONSTRUCCION
Servicio: SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Año: 2005
Calificación: Egresado
Fecha Egreso: 30-06-2009 0:00:00

| Recomendación | Compromiso | Cumplimiento |
|--|---|---|
| <p>DISEÑO:</p> <p>Traspasar en forma gradual la mayor parte de la labor de atención directa de público y recepción de reclamos a manos de las Plataformas Comunales a cargo de los respectivos Municipios, no excluyendo a otras instancias tales como las Asociaciones de Consumidores. Adicionalmente, se recomienda incorporar en el Programa más activamente a los gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil, para que tengan un rol más prominente en la atención de consumidores, dada su mayor cercanía con la ciudadanía. Para ello se deberá implementar las siguientes recomendaciones: 1. Efectuar una amplia difusión, tendiente a estimular el uso de estas Plataformas Comunales y para lograr confianza de la población en cuanto a la gestión de las mismas. Lo anterior implica la introducción de un nuevo Componente para el logro del propósito del Programa:</p> | <p>1. Implementar y evaluar Programa de Difusión 2005, cuyo objetivo es estimular el uso de las Plataformas Comunales y lograr confianza de la población en cuanto a la gestión de las mismas.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2005</p> | <p>Durante el último cuatrimestre del 2005 se elaboró e implementó un programa piloto de difusión de las plataformas comunales que consistió básicamente en exponer a la comunidad a través de los medios de comunicación de la existencia de este servicio, sus características y beneficios para la comunidad.</p> <p>En forma preliminar el impacto de este ejercicio permitió aumentar la participación de las plataformas comunales respecto del sistema nacional de protección en los últimos 3 meses en que operó el plan piloto, pasando de un 17,9% a un 20,5% del total de registros, 2,6 puntos porcentuales en un período en que los medios de comunicación y la ciudadanía estaban fuertemente concentrados en las elecciones parlamentarias y presidencial.</p> <p>El documento del programa piloto de difusión y la evaluación de éste, se encuentra disponible en el Servicio para las consultas que se requieran.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Programa de difusión Documento de evaluación del programa</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>"Consumidores conocen la existencia de las Plataformas Comunales de Atención de Público, su ubicación y los servicios que prestan". La difusión debería contribuir a que los consumidores con problemas conozcan, confíen y acudan a buscar información y orientación a las Plataformas de su Comuna, disminuyendo así la tendencia de la población a concurrir directamente a las oficinas de las Direcciones Regionales del SERNAC.</p> | | |
| <p>DISEÑO:</p> <p>Traspasar en forma gradual la mayor parte de la labor de atención directa de público y recepción de reclamos a manos de las Plataformas Comunales a cargo de los respectivos Municipios, no excluyendo a otras instancias tales como las Asociaciones de Consumidores. Adicionalmente, se recomienda incorporar en el Programa más activamente a los gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil, para que tengan un rol más prominente en la atención de consumidores, dada su mayor cercanía con la ciudadanía. Para ello se deberá implementar las siguientes recomendaciones: 1. Efectuar una amplia difusión, tendiente a estimular el uso de estas Plataformas Comunales y para lograr confianza de la población en cuanto a la gestión de las mismas. Lo anterior implica la introducción de un nuevo Componente para el logro del propósito del Programa:</p> | <p>2. Diseñar programa de difusión para el año 2006, considerando los resultados del año 2005.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2006</p> | <p>Se realizó diagnóstico basado en campaña piloto "Gato por Liebre" ejecutada en el cuarto trimestre de 2005.</p> <p>Considerando los resultados de ésta, se diseñó el programa de difusión para el año 2006 (adjunto), el que se ejecutará durante el segundo semestre.</p> <p>Las acciones realizadas son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investigación. - Desarrollo conceptual. - Campaña de comunicación interna: <ul style="list-style-type: none"> o Minuta para vocerías en Lotus Notes o Ajustes a protocolo de atención de público según conceptos de campaña. o Desarrollo de pieza informativa para atención de público. - Producción de cápsulas radiales: <ul style="list-style-type: none"> o Licitación y adjudicación. o Producción. o Recepción de copias. - Difusión en Revista del Consumidor (contraportada) - Campaña comunicacional: <ul style="list-style-type: none"> o Mención en vocerías. - Investigación y adecuación de campaña (en curso) - Licitación y adjudicación de empresa de diseño. - Desarrollo y aprobación de concepto creativo de campaña. |

| | | |
|--|---|---|
| <p>“Consumidores conocen la existencia de las Plataformas Comunes de Atención de Público, su ubicación y los servicios que prestan”. La difusión debería contribuir a que los consumidores con problemas conozcan, confíen y acudan a buscar información y orientación a las Plataformas de su Comuna, disminuyendo así la tendencia de la población a concurrir directamente a las oficinas de las Direcciones Regionales del SERNAC.</p> | | <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de piezas de campaña (volantes, vestuario, stand y afiche). - Licitación y adjudicación de imprenta. - Licitación y adjudicación de empresa de producción de piezas (en curso). <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> PLAN DE DIFUSION SF 2006</p> |
| <p>DISEÑO:</p> <p>Traspasar en forma gradual la mayor parte de la labor de atención directa de público y recepción de reclamos a manos de las Plataformas Comunes a cargo de los respectivos Municipios, no excluyendo a otras instancias tales como las Asociaciones de Consumidores. Adicionalmente, se recomienda incorporar en el Programa más activamente a los gobiernos locales y organizaciones de la sociedad civil, para que tengan un rol más prominente en la atención de consumidores, dada su mayor cercanía con la ciudadanía. Para ello se deberá implementar las siguientes recomendaciones: 1. Efectuar una amplia difusión, tendiente a estimular el uso de estas Plataformas Comunes y para lograr confianza de la población en cuanto a la gestión de las mismas. Lo anterior implica la introducción de un nuevo Componente para el logro del propósito del Programa:</p> | <p>3. Implementar Programa de Difusión 2006.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Durante el periodo respectivo se diseñó e implementó Una Campaña Nacional de Difusión Sernac Facilita 2006, que consistió fundamentalmente en posicionar la marca SERNAC FACILITA, relacionándola con las plataformas Sernac Facilita Municipio, todos los canales disponibles del sistema para la atención ciudadana (Internet, presencial, telefónico), e incluso con la red nacional de Bibliotecas públicas, 410 bibliotecas distribuidas en todas las comunas del país. Para este cometido se implementaron diversas acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña de Comunicación entre los diferentes actores participantes (Sernac, Municipios, Bibliotecas Públicas etc.). • Campaña de marketing Publicitario: la que incluyó estrategias para la entrega de información al aire libre, (volanteo), diferenciadas por región; elaboración y difusión de Cápsulas radiales, usos de la revista institucional para difundir las plataformas Sernac Facilita Municipio, etc. • Campaña Comunicacional, la cual incluye acciones de las brigadas de derechos de los consumidores regionales, diseño e implementación de un Afiche de campaña y, finalmente, publicidad en los medios electrónicos. <p>En términos de resultados, hecha la evaluación</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>“Consumidores conocen la existencia de las Plataformas Comunes de Atención de Público, su ubicación y los servicios que prestan”. La difusión debería contribuir a que los consumidores con problemas conozcan, confíen y acudan a buscar información y orientación a las Plataformas de su Comuna, disminuyendo así la tendencia de la población a concurrir directamente a las oficinas de las Direcciones Regionales del SERNAC.</p> | | <p>respectiva en el curso del mes de diciembre 2006, podemos señalar que el explosivo aumento de los canales Internet (25%) y de la atención presencial en las plataformas municipales (73%) nos indica claramente los objetivos de la campaña has sido logrados. La disminución del volumen de casos en las direcciones Regionales nos indica que los consumidores progresivamente están cada vez más utilizando los otros canales disponibles incluyendo las plataformas municipales.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> informe campaña un solo lugar v 0.0.doc</p> |
| <p>2. Mejorar el contenido de los convenios con los municipios, por la vía de la suscripción de un nuevo convenio o de algún adendum o documento anexo, a través del cual se permita establecer mecanismos de monitoreo que hagan mas exigible el cumplimiento de los compromisos establecidos con los municipios. Es recomendable establecer disposiciones para disponer de información sobre la gestión de las plataformas comunales, retroalimentando a los municipios respecto de sus resultados comparativamente con promedios regionales y nacionales.</p> | <p>1. Elaborar nuevo convenio marco con los municipios incorporando una nueva oferta y nuevos compromisos, entre los cuales se considerará, capacitación, conectividad, equipamiento, asesoría jurídica, etc.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2006</p> | <p>Se elaboró un nuevo convenio para plataformas que funcionan en municipios en consideración de la oferta del programa y nuevos compromisos entre los que se cuenta capacitación de al menos un funcionario municipal en materias legales, de gestión protocolos y técnicas de atención a público, etc.; equipamiento consistente en señalética, equipo informático, etc.; se adquieren además compromisos de gestión y de asesoría jurídica. Además, se elaboró otro convenio destinado a las gobernaciones orientado a aquellas comunas donde no existe convenio con la municipalidad.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> CONVENIO TIPO CON MUNICIPIOS CONVENIO TIPO CON GOBERNACIONES</p> |
| <p>2. Mejorar el contenido de los convenios con los municipios, por la vía de la suscripción de un nuevo convenio o de algún adendum o documento anexo, a través del cual se permita establecer mecanismos</p> | <p>2. Implementar la firma de los nuevos convenios con municipios.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Durante 2006 y hasta el primer semestre de 2007 se realizo la firma de nuevos convenios entre Sernac y los Municipios de las comunas que conforman el Plan 80. De un total de 164 comunas comprometidas (no se consideran las comunas de Iquique; Antofagasta, Coyhaique y Punta Arenas, donde no hay convenios con</p> |

| | | |
|--|---|---|
| <p>de monitoreo que hagan mas exigible el cumplimiento de los compromisos establecidos con los municipios. Es recomendable establecer disposiciones para disponer de información sobre la gestión de las plataformas comunales, retroalimentando a los municipios respecto de sus resultados comparativamente con promedios regionales y nacionales.</p> | | <p>municipios y la cobertura a la población la brinda la misma Dirección Regional) se logro actualizar convenio con 100 Municipalidades(60,97%). Ahora bien de estas 100 comunas con convenio actualizado, 78 (78,00%) funcionan de acuerdo a los estándares de registro (1/10.000 habitantes/mes) mientras que de las sin convenio (64 Municipalidades) actualizado, 28 de ellas que corresponden al 43,75% funcionan de acuerdo al estándar. Esta situación refleja que existen 116 (66,46%) comunas que cuenta con oficinas activas según los requisitos de registros.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> B.D.CONVENIOS P80. AÑOS 06-07</p> <p>Municipalidades: Convenio Renovado (06-07). Municipalidad Diego de Almagro</p> <p>Municipalidades: Convenio Renovado (06-07). Municipalidad San Felipe</p> <p>Municipalidades: Convenio Renovado (06-07). Municipalidad Penco</p> <p>Listado de Municipios que han renovado el Convenio (2006-07)</p> |
| <p>2. Mejorar el contenido de los convenios con los municipios, por la vía de la suscripción de un nuevo convenio o de algún adendum o documento anexo, a través del cual se permita establecer mecanismos de monitoreo que hagan mas exigible el cumplimiento de los compromisos establecidos con los</p> | <p>3. Presentar resultados del monitoreo a los municipios con convenios establecidos y elaborar recomendaciones en base a los resultados obtenidos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>De las 346 comunas del país, 164 comunas corresponden a las denominadas Plan 80, es decir, que cubren el 80% de los habitantes del territorio Regional, y por ende Nacional. Estas comunas fueron focalizadas para gestionar desde las Direcciones Regionales convenios de trabajo, cuyo objetivo es el de integrar al Sistema Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor y Consumidora.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>municipios. Es recomendable establecer disposiciones para disponer de información sobre la gestión de las plataformas comunales, retroalimentando a los municipios respecto de sus resultados comparativamente con promedios regionales y nacionales.</p> | | <p>En el período 2006/2007, de las 164 comunas plataformas SERNACfacilita Municipio SfM, se han renovado un total de 100 convenios, y quedan 64 por renovar. El Monitoreo Regional a las Plataformas SfM presentó los siguientes resultados;</p> <p>1. Nivel de Actividad: El Nivel de Actividad de una plataforma está dado por la cantidad de atenciones que esta realiza. Se estableció como criterio de registros mínimos mensuales el de uno por cada 10.000 habitantes por plataforma. Para este efecto hemos definido tres categorías asociadas al nivel de registros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataformas activas: Se define como plataformas activas a todas aquellas plataformas que registran a lo menos una atención mensual, sea esta consulta o reclamo, por cada 10.000 habitantes. - Plataformas activas bajo estándar: Se definen plataformas activas bajo estándar todas aquellas que tienen entre un 75% y un 99% del la meta esperada para las plataformas activas. Esta es una categoría transitoria que se considerará sólo para el período comprendido entre los meses de abril a diciembre del 2006, con el fin de dar tiempo a que la situación quede regularizada a contar del año 2007. A contar de enero del próximo año se evaluará esta categorización. - Plataformas inactivas: Son aquellas que se encuentra bajo el 75% del compromiso institucional de gestión por plataforma. A contar del enero del próximo año se evaluará esta categorización. <p>Respecto al Nivel de Actividad de las Plataformas SF que se encuentran con o sin convenios firmado arroja los siguientes resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataformas con Convenio Renovado Activas: 78 (78,00%). - Plataformas con Convenio Renovado Bajo Estándar: 21 (21,00%). - Plataformas Sin Convenio Renovado Activas: 28 (43,75%). - Plataformas Sin Convenio Renovado Bajo Estándar: 37 (57,81%). |
|--|--|---|

2. Nivel de Participación:

El nivel de participación, esta dado por la relación de atenciones que se registran en las plataformas SERNACfacilita Municipio y las plataformas de las Direcciones Regionales. Estas deben alcanzar una relación de 5:5.

Acerca de la Participación de las Plataformas SF respecto a las Direcciones Regionales en la atención presencial arroja los siguientes resultados:

- Participación 2006: 31,9% relación de 3,1 casos registrados en plataformas SfM, y 6,9casos se registran en plataformas de las Direcciones Regionales.
- Participación 2007: 34,24% relación de 3,4 de 10 casos, son registrados en Plataformas SfM.

| SEGUNDO SEMESTRE 2007 | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|------|--------------------------------------|-------|-----------|------|
| DIRECCIONES REGIONALES EN REGISTROS | PARTICIPACIÓN REGIONALES | | PLATAFORMAS EN EL TOTAL DE REGISTROS | | SF | V/S |
| REGION | 2007 | 2006 | 2007 | 2006 | VARIACIÓN | |
| | P80 | P20 | T SFM | PART | PART | DR |
| 1 | 1930 | 988 | 0 | 988 | 1411 | 1266 |
| | 0 | 1266 | 33,9% | 47,3% | -21,96% | |
| 2 | 1560 | 151 | 32 | 183 | 1505 | 134 |
| | 7 | 141 | 10,5% | 8,6% | 29,79% | |
| 3 | 2883 | 1771 | 549 | 2320 | 2198 | 611 |
| | 162 | 773 | 44,6% | 26,0% | 200,13% | |
| 4 | 2871 | 1339 | 0 | 1339 | 2540 | 1444 |
| | 13 | 1457 | 31,8% | 36,5% | -8,10% | |
| 5 | 4442 | 5921 | 49 | 5970 | 4233 | 5784 |
| | 15 | 5799 | 57,3% | 57,8% | 2,95% | |
| 6 | 2075 | 1278 | 21 | 1299 | 1209 | 1051 |
| | 22 | 1073 | 38,5% | 47,0% | 21,06% | |
| 7 | 4025 | 1974 | 31 | 2005 | 4407 | 2218 |
| | 16 | 2234 | 33,3% | 33,6% | -10,25% | |
| 8 | 9558 | 3070 | 224 | 3294 | 8759 | 2821 |
| | 32 | 2853 | 25,6% | 24,6% | 15,46% | |
| 9 | 5071 | 714 | 0 | 714 | 4305 | 759 |

| | | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|--------|---------|--------|
| | 5 | 764 | 12,3% | 15,1% | -6,54% | |
| 10 | 3918 | 2699 | 1 | 2700 | 2861 | 2362 |
| | 6 | 2368 | 40,8% | 45,3% | 14,02% | |
| 11 | 608 | 28 | 0 | 28 | 401 | 43 |
| | 5 | 48 | 4,4% | 10,7% | -41,67% | |
| 12 | 1681 | 41 | 0 | 41 | 940 | 113 |
| | 0 | 113 | 2,4% | 10,7% | -63,72% | |
| 13 | 14020 | 7508 | 66 | 7574 | 12519 | 3173 |
| | 75 | 3248 | 35,1% | 20,6% | 133,19% | |
| TOTALES | 54642 | 27482 | 973 | 28455 | 47288 | |
| | 21779 | 358 | 22137 | 34,24% | 31,9% | 28,54% |

DR: Dirección Regional; P80 Plataformas Plan 80; P20 Plataformas Plan 20; T SFM Total Plataformas SERNACfacilita Municipio; PART Participación; VAR Variación.

3. Resultados y Limitantes de los Convenios Establecidos: Existen tres limitaciones a la firma de convenios con los municipios que se requiere conformen el Plan 80, estas están relacionadas con:

1. Convenios con municipios objetados: La firma de los convenios por parte de algunas autoridades Edilicias, fue objetado en razón de que estos convenios establecen y delimitan los campos de acción tanto de SERNAC, como del Municipio. Principalmente se objeto la jornada o dedicación horario del funcionario/a municipal, a las labores de atención de Público de casos consultas y reclamos de SERNAC. Otra de las limitantes, es que las oficinas deben ser implementadas con equipos computacionales, los cuales son proporcionados por SERNAC, pero no los insumos que son de cargo del gasto municipal.

2. Informe de Monitoreo Regional e Incumplimiento de Estándares de Atención: Los indicadores que mide el Cuadro de Monitoreo no necesariamente son o generan un Plan de Acción para mejorar la gestión y resultados de las plataformas SfM que se encuentran en estado de incumplimiento de estándares.

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>3. Socialización de los Informes con autoridades Municipales: Las Direcciones Regionales SERNAC, destacan que existe una falta de entrega de información de la gestión de los resultados obtenidos por las Plataformas SfM, y de los niveles de cumplimiento de ingresos de casos, gestión y cierre de casos. Esta información la incorpora el Cuadro de Monitoreo Regional, y deberá ser compartida con los Alcaldes o Alcaldesas, y funcionarios/as encargados de la Plataforma SfM.</p> <p>4. A partir de los resultados señalados, se realizaron las siguientes recomendaciones:</p> <p>1. Implementación de Equipamiento Tecnológico: Es necesario optimizar la entrega de equipamiento computacional a las plataformas SfM plan 80, para que estas mejoren su capacidad de registros de casos en el sistema informático (Plataforma Remedy User) software que está disponible en la Web, al cual acceden los ejecutivos y ejecutivas de atención de público con su nombre de usuario y password. Esta es una forma de incentivar la firma de convenio.</p> <p>2. Elaborar Plan de Acción para Comunas Críticas: De acuerdo a los resultados que presente el Cuadro de Monitoreo Regional y Comunal, que mide y evalúa la gestión (ingreso, gestión y cierre de casos) en las plataformas SfM con convenio, es necesario elaborar un instrumento que identifique y desarrolle actividades que permitan superar el estado crítico de no cumplimiento de los estándares de atención en las comunas con convenio.</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 Las temáticas que abarcan en el desarrollo de actividades son generalmente:</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Interoperabilidad con Servicios Públicos SS.PP. - Atención Presencial de Público - Interpretaciones Jurídicas - Procedimientos Juzgados de Policia Local JPL - Convenios con proveedores - Marco legal SS.PP. - Actualidad Sernac, Marco Legal Ley de Protección de Derechos del Consumidor LPC - Reunión tripartita (Sernac, AdC El Loa y Gobernadora Provincial de El Loa) para diseñar acuerdo para instalación de Pap en Calama - Cierre utilizando cartas nuevas cuando corresponda - Protocolo de atención de orientaciones - Revisión de volumen de ingresos de orientaciones presenciales - Sistema Sernacfacilita - Mesa de Ayuda - Ingreso y gestión de casos - Visitar estas oficinas SFM Municipios y tratar el problema en terreno, pues las disconformidades presentadas tienen directa relación al trabajo de los encargados de las mismas. Analizar los problemas que pudieran estar interfiriendo en el trabajo de la funcionaria o el funcionario. - Prestar constante atención a la información que nos da SONI respecto del comportamiento de estas oficinas. Hacer jornadas de buenas prácticas con estas oficinas en particular. - Conocimiento y funcionamiento del Sistema SF. (procesos de registros, gestión y cierre) - Conocimiento y funcionamiento del Sistema SF. (procesos de registros, gestión y cierre) - Conocimiento y utilización del Webmail SERNACfacilita - Entrevista con el Alcalde - Difusión a la comunidad (puerta a puerta, charlas informativas) <p>Todo este soporte realizado por las Direcciones</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Regionales en pos de la mejora respecto a la gestión realizada por los equipos municipales, está en constante comunicación e información con el Alcalde o Alcaldesa del municipio correspondiente, por lo tanto se consolida como un aporte que potencia el Convenio de Cooperación con la Municipalidad.</p> <p>3. Elaborar Informe de Monitoreo Regional: Información elaborada a partir de los ingresos totales de casos consultas y reclamos en plataformas SfM con convenio, será compartida con los municipios y las autoridades, ha objeto de mantener a estos informados de la gestión de casos, referidos a sus comunas. Los indicadores por los cuales son evaluadas las Plataformas SFM son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Plataformas Activas según el nivel de ingreso de registros (1 por cada 10.000 hbts.). b. Porcentaje de consultas cerradas en menos de 5 días hábiles. c. Porcentaje de mediaciones cerradas en menos de 25 días hábiles. d. Nivel de Accesibilidad al Sistema en comunas (1 por cada 5000 hbts.). e. Volumen de Disconformidades registradas en el SONI, y otras variables que afecten la gestión de la Plataforma SFM a definir por cada Dirección Regional. <p>Se Anexan Planes de Acción correspondientes a las 13 Regiones del País, no incluyen las 2 nuevas regiones ya que aún no se creaban a la fecha de elaboración de estos planes.</p> <p>Se anexa Planilla Excel, reportería y monitoreo regionales y consolidado Nacional, correspondiente al 4to Trimestre 2007, este es el insumo para la elaboración de los Planes de Acción.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u></p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>BD CONVENIOS 2006-2007</p> <p>Resultados del Monitoreo Plataformas con Convenio</p> <p>Plan de Acción de la Región de Atacama</p> <p>Plan de Acción de la Región Bernardo O´higgins</p> <p>Actas de Recepción de Equipamiento computacional en la Región de Araucanía</p> <p>INFORME GESTIÓN MUNICIPALIDAD DE LOS ANGELES, VIII REGIÓN. OBJETIVO SOCIALIZAR CON LAS AUTORIDADES MUNICIPALES</p> <p>Resultados Monitoreo 2º Semestre</p> <p>Plan de Acción Región Tarapacá</p> <p>Plan de Acción Región Antofagasta</p> <p>Plan de Acción Región Atacama</p> <p>Plan de Acción Región Coquimbo</p> <p>Plan de Acción Región Valparaíso</p> <p>Plan de Acción Región Metropolitana</p> <p>Plan de Acción Región de O'Higgins</p> <p>Plan de Acción Región del Maule</p> <p>Plan de Acción Región del Bío Bío</p> <p>Plan de Acción Región Araucanía</p> <p>Plan de Acción Región Los Lagos</p> <p>Plan de Acción Región de Aysén</p> <p>Plan de Acción Región de Magallanes</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| | | Planilla Excel Resultados de Monitoreo Regionales, período 4 Trimestre de 2007 |
| <p>2. Mejorar el contenido de los convenios con los municipios, por la vía de la suscripción de un nuevo convenio o de algún adendum o documento anexo, a través del cual se permita establecer mecanismos de monitoreo que hagan mas exigible el cumplimiento de los compromisos establecidos con los municipios. Es recomendable establecer disposiciones para disponer de información sobre la gestión de las plataformas comunales, retroalimentando a los municipios respecto de sus resultados comparativamente con promedios regionales y nacionales.</p> | <p>4. Implementar recomendaciones obtenidas a partir de los resultados del monitoreo a municipios.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2007</p> | <p>Cada Dirección Regional al elaborar cuatrimestralmente el Cuadro de Monitoreo Regional, en el cual se detectan los problemas de gestión que puedan presentar las Plataformas SERNACfacilita Municipio (SFM), basándose en una serie de indicadores que permiten realizar el seguimiento y medición pertinente a la función que cumple cada punto de atención en la región. Una vez presentados los resultados, cada equipo regional prepara el Plan de Acción de Mejora para las plataformas que resultaron con una evaluación negativa. Estos cumplen la finalidad de mejorar el estado crítico del cumplimiento de los estándares establecidos con las plataformas que se encuentran en el Convenio de Cooperación.</p> <p>Este instrumento permite desarrollar e implementar una serie de actividades que tienen el propósito de trabajar directamente con los ejecutivos o ejecutivas que desarrollan la función de atención de público, y así lograr aclarar, enseñar una serie de mecanismos que permitan mejorar la gestión otorgando en un corto plazo resultados positivos.</p> <p>Según los resultados de implementación, las trece regiones (desde que se asume el compromiso con DIPRES, 13 eran las regiones) cumplieron con lo comprometido en las planificaciones que conllevan los Planes de Acción. Las actividades principalmente están enfocadas a la capacitación de los ejecutivos pertenecientes a las Plataformas SFM que obtuvieron resultados negativos, según los indicadores establecidos para la medición de la gestión realizada por cada Plataforma. Por lo tanto, las jornadas de capacitación y pasantías son las actividades de mayor demanda y con mejores resultados.</p> <p>Este es un proceso cíclico, que se realiza en forma periódica, con lo cual se detectan brechas y</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>oportunidades de mejora, que generan actividades y Planes de Trabajo a implementar de estas propuestas de mejora.</p> <p>Las temáticas que son impartidas se concentran principalmente en: Interoperabilidad con empresas. Sistema SERNACfacilita. SONI (Su Opinión Nos Interesa). Procesos de Registros de Consultas y Reclamos. Gestión de Cierre. Normativa: Ley del Consumidor.</p> <p>Relacionado con el cumplimiento de los Planes de Acción, se anexa informe en Word. Siglas:</p> <p>SFM: SERNACfacilita Municipio. SS.PP: Servicio(s) Público(s). J.P.L.: Juzgado de Policía Local</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Cuadro Resumen Distribución Equipamiento Computacional</p> <p>Plan de Acción 2º Semestre 2007 Aysén Plan de Acción 2º Semestre 2007 Tarapacá Plan de Acción 2º Semestre 2007 Valparaíso Cuadro Resumen Recepción de Planes de Acción 2º Semestre 2007 Acta Recepción Equipamiento Computacional Freirina Acta Recepción Equipamiento Computacional IX Región</p> <p>Resumen Cumplimiento Plan de</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Acción_1ºSemestre_2008</p> <p>Verificadores Región de Tarapacá</p> <p>Verificadores de la Capacitación_I region</p> <p>Pasantía SFM AH 03042008</p> <p>Pasantía SFM AH 04042008</p> <p>Pasantía SFM PC 18042008</p> <p>Pasantía SFM PA 11042008</p> <p>Pasantía SFM AH 22042008</p> <p>Acreditación Pasantías Región Antofagasta</p> <p>lista de asistencia jornadas 10 y 11 de abril 2008</p> <p>LISTA DE ASISTENCIA TALLER DE DIFUSIÓN ANTOFAGASTA</p> <p>Ficha sistematización CAPACITACION SFM 10 y 11 ABRIL 2008</p> <p>Ficha sistematización CAPACITACION SFM 11 ABRIL 2008</p> <p>Sistematización_Capacitación_II región</p> <p>Sistematización_Capacitación_II región</p> <p>Pasantía_III región Atacama</p> <p>Pasantia_III región_Atacama_1</p> <p>Difusión_Seminario_III región Atacama</p> <p>Difusión_Seminario_III región Atacama (1)</p> <p>Capacitación_III región_Atacama_2</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Capacitación_III región_Atacama_3</p> <p>Capacitación_III región_Atacama_6</p> <p>Capacitació_III región_Atacama_4</p> <p>Capacitación_III región_Atacama_5</p> <p>Capacitación_III región_Atacama_1</p> <p>Acreditación de Pasantías Dirección Regional Coquimbo - SfM</p> <p>Lista de Asistencia Dirección Regional Coquimbo</p> <p>Capacitación_IV región</p> <p>Lista de asistencia SfM y Capacitación_V región</p> <p>Pasantía_V región</p> <p>Pasantía_V región_1</p> <p>Pasantía_V región_2</p> <p>Pasantía_V región_3</p> <p>cometidos verificadores plan de accion_VI Región Lib. Bdo. O'Higgins</p> <p>lista asistencia capacitacion 01 abril 08 San Vicente TT</p> <p>pasantia san fdo 10 mayo 08 plan de accion</p> <p>pasantia rengo 14 mayo 08 pln de accion</p> <p>veificadores primer trimestre pasantias 2008</p> <p>Sistematización CAPACITACION 19 JUNIO 08</p> <p>VERIFICADOR PLAN DE ACCION REQUINOA</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Sistematización CAPACITACION 01 ABRIL 08</p> <p>veificador asistencia Siss 19 juni 08</p> <p>pasantia las cabras 28 abril 08 plan de accion</p> <p>veificador asistencia Super salud 01 abril 08</p> <p>pasantia san vicente de TT 10 junio 08</p> <p>lista asistencia capacitacion 19 junio 08 Rancagua</p> <p>pasantia doñihue 9 abril 08</p> <p>Pasantías Región del Maule</p> <p>Verificador de Difusión CAUQUENES MARZO 18. ALEX</p> <p>CAUQUENES MARZO 24.EDO.</p> <p>CAUQUENES EDO.PEREZ</p> <p>CAUQUENES FEBRERO 07 EDO.</p> <p>LONGAVI ABRIL 8 ALEX</p> <p>MOLINA-SAGRADA FAMILIA ENERO 23 EDO.</p> <p>PARRAL-LINARES ENERO 08 EDO.</p> <p>PARRAL-LINARES ENERO 18 EDO.</p> <p>SAN JAVIER - CAUQUENES 26 MAYO EDO.</p> <p>SAN JAVIER - CAUQUENES 26 MAYO PAULA</p> <p>SAN JAVIER FEBRERO 25. EDO.</p> <p>1ºParte Capacitación Plataformas 1ºSemestre 30.05.08 IX Reg Araucanía</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Difusión_IX región</p> <p>Difusión_IX región_2</p> <p>Pasantia_IX región</p> <p>Pasantias_IX región</p> <p>Taller Analisis de SONI Funcionarios DR_Lista de Asistencia_IX región</p> <p>capac pap primer semestre 08_Los Lagos</p> <p>pasantias primer semestre 2008_Los Lagos</p> <p>Pasantias_X región_Los Lagos</p> <p>Verificadores_X región_Los Lagos</p> <p>Capacitacion Porvenir 17.06.08_DR_Aysén</p> <p>Capacitacion SERNAC 19_20 jun 2008 junio 2008 Aysén</p> <p>Lista Asistencia_Capacitación_XI región</p> <p>Lista de Asistencia_Capacitación_XI región_2</p> <p>Lista de Asistencia_Capacitación_XI región_3</p> <p>Oficios convocatoria Capacitacion_XI región</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI región</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI_2</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI_3</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI_4</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI_5</p> <p>Capacitación_Sistematización_XI_6</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Pasantía Porvenir y Puerto Natales_DR_Magallanes</p> <p>Acreditacion Pasantía Natales 27.08.08 CHA</p> <p>Pasantía_XII región</p> <p>Pasantía_XII región_2</p> <p>Pasantías_Región Metropolitana</p> |
| <p>3. Priorizar los esfuerzos del programa hacia aquellas localidades o zonas urbanas donde se concentre la mayor demanda de los consumidores por la protección de sus derechos y a grupos o población con mayor vulnerabilidad en materia de información y protección. En base a estos criterios se debe definir la instalación de Plataformas de Atención o bien analizar soluciones alternativas tales como llamar a concurso a Asociaciones de Consumidores u otras organizaciones de la sociedad civil interesadas en asumir estas funciones. Considerar la factibilidad económica de las diferentes alternativas, así como, la eventual utilización del Fondo Concursable que se contempla en la Ley 19.955.</p> | <p>1. Asegurar al 80% de la población de cada región el funcionamiento de plataformas de atención de público, con los estándares definidos a nivel nacional (Plan 80).</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Se establece criterio de accesibilidad al servicio otorgado en las comunas que componen el P80 por cualquier canal (presencial, internet o telefónico), definiendo estándar de 1 registro por cada 5.000 habitantes de cada comuna.</p> <p>De las 168 comunas comprometidas en P80 tan sólo 5 (cinco) no alcanzan el estándar en tres (3) regiones del país (Maule con 77,5% con la comuna de Teno bajo estándar, Los Lagos con 68,63% con 3 comunas (Purranque, Puyehue y Panguipulli) bajo estándar), aún cuando en la región de Tarapacá la comuna de Pica no cumple estándar de nivel de acceso la region alcanza al 96,25% de la población regional.</p> <p>Se adjunta archivo con detalle por región.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> informe accesibilidad por comunas 2006.xls</p> |
| <p>3. Priorizar los esfuerzos del programa hacia aquellas localidades o zonas urbanas donde se concentre la mayor demanda de los consumidores por la protección de sus derechos y a grupos o población con mayor vulnerabilidad en materia de información y protección. En base a estos criterios se debe definir</p> | <p>2. Realizar diagnóstico de las necesidades de grupos vulnerables respecto de la protección de sus derechos como consumidores. Este se realizará en dos comunas representativas de aquellas no comprendidas en el Plan 80.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u></p> | <p>Breve Descripción Diagnostica de Zonas Vulnerables.</p> <p>Sernac, en su política de defensa del consumidor y en el interés de mejorar las condiciones de acceso al Sistema de Protección Nacional del Consumidor a la población perteneciente al Plan 20, realizó un estudio cuya finalidad es diagnosticar los factores de vulnerabilidad en estas comunas identificando los elementos sustanciales en la relación de consumo. Esto</p> |

| | | |
|---|-------------------|--|
| <p>la instalación de Plataformas de Atención o bien analizar soluciones alternativas tales como llamar a concurso a Asociaciones de Consumidores u otras organizaciones de la sociedad civil interesadas en asumir estas funciones. Considerar la factibilidad económica de las diferentes alternativas, así como, la eventual utilización del Fondo Concursable que se contempla en la Ley 19.955.</p> | <p>Junio 2007</p> | <p>básicamente en el entendido que se reconoce que la economía de libre mercado no siempre da como resultado la mejor satisfacción de las necesidades de los consumidores. Una visión crítica sobre el tema, fundamenta la particular importancia que resulta de la participación de los consumidores, es que identifica que el mercado por sí sólo, no evita los desequilibrios en las relaciones de consumo.</p> <p>De esta forma, el objetivo del estudio es determinar las condiciones en que se expresan y manifiestan las vulneraciones en las relaciones de consumo en zonas vulnerables a partir de los cuales estructurar un plan de trabajo de intervención que busca facilitar el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de deberes del consumidor que habitan zonas vulnerables.</p> <p>Una mirada conceptual al tema de la Vulnerabilidad, es que nos permite acercarnos a los fenómenos desde un punto de vista comprensivo, identificando en este, los factores de riesgo y niveles de protección que intervienen en un fenómeno social dinámico.</p> <p>Sin embargo, la definición de un concepto claro y preciso, debe entenderse en un contexto de construcción teórica y de bastante discusión. Por lo tanto, cabe aquí señalar que el concepto a presentar es sólo una referencia o aproximación a un fenómeno que requerirá mayor profundización en la medida de su construcción y aportes teóricos.</p> <p>El estudio asume la Vulnerabilidad en el Consumo "como la probabilidad de la trasgresión de los derechos del consumidor, esto implica que los grupos de mayor vulnerabilidad son aquellos cuya probabilidad de que sus derechos sean transgredidos por los proveedores es alta".</p> <p>En este sentido, para el procesamiento y levantamiento de la información, se definieron tres categorías bases conceptuales de interpretación de datos:</p> |
|---|-------------------|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>1. Vulnerabilidad: la descripción del entramado de factores socioculturales y situacionales que definen la posibilidad que un individuo o grupo social sea víctima de una situación de vulneración de sus derechos en el contexto de consumo. Es decir, se buscaron categorías de vulnerabilidad asociadas a la población en estudio.</p> <p>2. Riesgos: el conjunto de características de una población y su escenario social, que aumentan sus niveles relativos de vulnerabilidad en el consumo, que entre otras cosas se manifiesta en la incapacidad o imposibilidad de desarrollar estrategias tendientes a amortiguar y/o reaccionar asertivamente a situaciones de atropello en este contexto.</p> <p>3. Activos: el conjunto de características relativas a una población y su espacio social, que actúan como factores protectores frente a eventuales situaciones de alienación de sus derechos como consumidores. La mantención y fortalecimiento de dichas características permite que la población depositaria pueda en el mediano/largo plazo, disminuir sus niveles relativos de vulnerabilidad en el consumo, lo que se traduce entre otras cosas en la disponibilidad de recursos individuales y colectivos para desarrollar y fortalecer las estrategias utilizadas como prevención y/o reacción a situaciones de atropello a sus derechos en este contexto.</p> <p>Resumen Análisis del Estudio.</p> <p>Principales Riesgos Asociados:</p> <p>i) Un primer conjunto de elementos mencionados es que las comunas fueron caracterizadas por su alto nivel de informalidad del comercio. Ferias ambulantes y vendedores puerta a puerta representan un riesgo ya que no están sometidos a regulación.</p> <p>ii) Nivel socioeconómico de la población: la población es caracterizada en condición de pobreza. Esto sumado a las pautas culturales de consumo, configuran un riesgo, ya que las personas prefieren</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>comprar en el mercado informal por ser más económico.</p> <p>iii) El tamaño del comercio: Sumado a lo anterior, el tamaño del comercio incide en que las personas no tienen muchos lugares donde adquirir bienes y servicios, esto tiende a elevar los precios de productos de uso diario.</p> <p>iv) El tamaño del mercado local, junto al nivel de aislamiento (ruralidad) genera dependencia por parte de los consumidores, los consumidores evitan ser confrontacionales con el comerciante, generando una relación circular asimétrica de información, de acceso a bienes, y compras definidas comúnmente como fiado.</p> <p>v) Servicios locales: Existe un bajo nivel de conocimiento de las plataformas SERNACfacilita. Esta relación es marcada en las comunas rurales, no así en las urbanas.</p> <p>Principales activos:</p> <p>vi) Pautas socioculturales protectoras: Las comunidades rurales tienen mayor densidad de relaciones sociales entre sus habitantes. No necesariamente en materias de consumo. Pero existen elementos de solidaridad orgánica que hay que canalizar.</p> <p>vii) Uso del recurso mediático: La radio aparece como elemento de comunicación importante. Junto a esto, el rol de las mujeres es proactivo, como administradoras del ingreso familiar</p> <p>viii) Tipo de comercio: como fuera caracterizado antes el comercio, también representa un factor protector, ya que existen relaciones circulares entre las personas que habitan una comunidad.</p> <p>ix) La Plataforma SERNACfacilita es vista como factor protector, sin embargo dependerá de su existencia o no (como elemento disuasivo), la relevancia del tema en la comunidad. Es necesario rescatar y diagnosticar en aquellas comunas Plan 20, la existencia de la plataforma y el nivel de uso, junto con su visibilidad. Y en aquellas comunas donde no existan Plataformas de Atención, definir formas de relevar el</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>tema de resolución de conflictos derivados de las relaciones de consumo.</p> <p>Según el estudio, estos factores al asociarlos a la vulnerabilidad, se constituyen en activos o riesgos. Sin duda alguna el bajo nivel de conocimiento respecto de los derechos del consumidor y de las instituciones de protección, se asocia a una vulnerabilidad cuya resolución debe marcar pautas y estrategias de educación.</p> <p>Si existe dependencia y concentración del mercado local, puede traducirse en una dinámica unilateral en la relación compra venta, en la cual los consumidores tienen un bajo nivel de autonomía y poder de influencia en comparación con los actores del comercio.</p> <p>Las personas de menores ingresos, baja escolaridad, sin acceso a la información son población en alto riesgo de vulnerabilidad, especialmente las personas de la tercera edad.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> BASES ADMINISTRATIVAS BASES TECNICAS APERTURA ELECTRONICA PRIMERA LICITACION RESPUESTA LICITACION CORRECCION FECHA RESPUESTA SEGUNDA LICITACION BASES ADM SEGUNDA LICITACION</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>BASES TEC SEGUNDA LICITACION</p> <p>PROPUESTA TÉCNICA ADJUDICADA</p> <p>PRESENTACIÓN ESTUDIO REGIONES VULNERABLES</p> <p>INFORME FINAL "ESTUDIO DE EVALUACIÓN SISTEMA SERNACFACILITA ZONAS VULNERABLES</p> |
| <p>3. Priorizar los esfuerzos del programa hacia aquellas localidades o zonas urbanas donde se concentre la mayor demanda de los consumidores por la protección de sus derechos y a grupos o población con mayor vulnerabilidad en materia de información y protección. En base a estos criterios se debe definir la instalación de Plataformas de Atención o bien analizar soluciones alternativas tales como llamar a concurso a Asociaciones de Consumidores u otras organizaciones de la sociedad civil interesadas en asumir estas funciones. Considerar la factibilidad económica de las diferentes alternativas, así como, la eventual utilización del Fondo Concursable que se contempla en la Ley 19.955.</p> | <p>3. Elaborar un plan para proteger los derechos de los consumidores vulnerables de las comunas no comprendidas en el Plan 80, en base a diagnóstico realizado.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2007</p> | <p>En materia de elaboración un Plan de Trabajo para proteger los derechos de los consumidores vulnerables de las comunas no comprendidas en el Plan 80, se realizó un Plan de Trabajo que consideró en su diseño base, las consideraciones y recomendaciones emanadas del informe final del Estudio de Evaluación Sistema SERNACfacilita II y Zonas Vulnerables.</p> <p>Este Plan de Trabajo contempla en el inicio, que desde el Departamento de Gestión Territorial y Canales (Ex Secretaría Regional) se elaboren y diseñen los principales instrumentos de apoyo técnico, administrativo y logístico tendiente a que en las Direcciones Regionales, se levanten diagnósticos territoriales con las principales características, variables facilitadoras y obstaculizadoras de la realidad de vulnerabilidad en cada Región. Esta caracterización permitirá definir</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mapa de Riesgos y Activos en cada Región, y comuna vulnerables. 2. Se identificará a nivel Público y Privado los principales soportes de una red de actores vinculados a la protección de derechos de los consumidores. 3. Diseño y elaboración por parte de las Direcciones Regionales, Planes de Intervención que utilizan como insumo, la información obtenida de los puntos 1 y 2. 4. Firmas de acuerdos y protocolos de cooperación, colaboración y compromisos de acción, tendientes a mejorar los canales o vías de acceso de los habitantes de zonas vulnerables, ya sea acceso a las actuales vías, o bien planteando alternativas viables. 5. Ejecución de Plan de Intervención a nivel comunal y de zonas vulnerables, que consideren los puntos antes |

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>señalados.</p> <p>6. Seguimiento, evaluación y monitoreo de cada Plan de Intervención Implementado por las Direcciones Regionales.</p> <p>El Plan descrito tendrá una duración de 12 meses.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Plan de Trabajo Zonas Vulnerables</p> |
| <p>3. Priorizar los esfuerzos del programa hacia aquellas localidades o zonas urbanas donde se concentre la mayor demanda de los consumidores por la protección de sus derechos y a grupos o población con mayor vulnerabilidad en materia de información y protección. En base a estos criterios se debe definir la instalación de Plataformas de Atención o bien analizar soluciones alternativas tales como llamar a concurso a Asociaciones de Consumidores u otras organizaciones de la sociedad civil interesadas en asumir estas funciones. Considerar la factibilidad económica de las diferentes alternativas, así como, la eventual utilización del Fondo Concursable que se contempla en la Ley 19.955.</p> | <p>4. Implementar el plan para proteger los derechos de los consumidores de comunas vulnerables.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2008</p> | <p>INFORME DIPRES ZONAS VULNERABLES. Santiago, 28 de julio 2009</p> <p>Informe de Cumplimiento Plan de Trabajo Zonas Vulnerables.</p> <p>El presente informe de cumplimiento de ejecución del Plan de Trabajo de Zonas Vulnerables, presenta un resumen de las principales actividades comprometidas en cada una de las Direcciones Regionales.</p> <p>Los ejes de trabajo se centralizaron en las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades de difusión del sistema nacional de protección. 2. Relacionamiento con actores locales definidos en las fichas de levantamiento de información diagnóstica aplicadas, y anexadas con anterioridad. 3. Relacionamiento con Servicios Públicos pertenecientes a la Red Nacional de Protección a los derechos de los consumidores/as y que tiene presencia regional. 4. Vincular a las actividades frecuentes de capacitación a posibles encargados/as de temas de protección a los derechos de los consumidores/as, de las comunas seleccionadas en cada plan de trabajo, especialmente en materias de la ley 19.496. 5. Desarrollo de pasantías y actividades de asesoramiento directo con actores locales. 6. Desarrollo de actividades informativas en medios de |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>prensa locales, radios, participación en actividades de gobierno te escucha, actividades y vínculos con juntas de vecinos, relacionamiento con Carabineros para repartir folletería del SERNAC, entre otras.</p> <p>Los resultados y las principales actividades desarrolladas por cada Dirección Regional del SERNAC se anexan en un Informe Nacional de Zonas Vulnerables, ya que por espacio y máximo permitido de caracteres, este espacio no permite ampliar la información para ser presentada por cada Dirección Regional.</p> <p>De la misma forma, se anexan para cada Dirección Regional, el informe de avance de las actividades de ejecución del Plan de Trabajo, y el informe final de la ejecución al 30 de junio del 2009.</p> <p>Se anexan, además, el conjunto de medios de verificación de las actividades por cada Dirección Regional.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Propuesta Plan de Trabajo con Zonas Vulnerables 2008 - 2009. Plan de Trabajo Zonas Vulnerables 2008 - 2009 v2.0 (validado). Incluye Matriz de Proyecto Instrumentos de Apoyo a la Gestión. Formato Ficha de Levantamiento de Información. Instrumentos de Apoyo a la Gestión. Formato Plan de Acción Zonas Vulnerables Ficha de Levantamiento de Información Región de Tarapacá Comuna de Huara. Ficha de Levantamiento de Información Región de Antofagasta Comuna Taltal.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de Antofagasta Comuna San Pedro de Atacama.</p> <p>Ficha Levantamiento de Información Zonas Vulnerables - Atacama</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de Coquimbo, comuna de Paihuano.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de Coquimbo, comuna de Canela.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de Valparaíso comunas Putaendo y Cabildo.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de O'Higgins comuna La Estrella.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región de O'Higgins comuna Litueche.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región del Maule comuna Pelarco.</p> <p>Ficha de Levantamiento de Información Región del Maule comuna de Curepto.</p> <p>Ficha Levantamiento de Información región Araucanía, comuna de Pto. Saavedra</p> <p>Ficha Levantamiento de Información región Araucanía, comuna de Renaico</p> <p>Ficha Levantamiento de Información región de Los Lagos, comuna de Hualaihué</p> <p>Ficha Levantamiento de Información región de Los Lagos, comuna de Cochamó</p> <p>Ficha Levantamiento de Información región de Aysén, comuna de Chile Chico</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Ficha Levantamiento de Información región de Aysén, comuna de Río Ibañez</p> <p>Ficha Levantamiento de Información Región de Magallanes comuna Laguna Blanca, San Gregorio y Torres del Paine.</p> <p>Ficha Levantamiento de Información Región Metropolitana comunas de Lampa y Padre Hurtado.</p> <p>Ficha Levantamiento de Información Región Los Ríos comuna de Río Bueno.</p> <p>Levantamiento de Información Zonas Vulnerables - Arica y Parinacota</p> <p>Ficha levantamiento de información Región del Bío Bío</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Tarapacá</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Antofagasta</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Antofagasta</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Atacama</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Coquimbo</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Coquimbo</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Valparaíso</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de O'Higgins</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región del Maule</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región del Maule</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región del Bío Bío</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región del Bío Bío</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región del Bío Bío</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de la Araucanía</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de la Araucanía</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Los Lagos</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Los Lagos</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Aysén</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Aysén</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Magallanes</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región Metropolitana</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región de Los Ríos</p> <p>Plan de Trabajo Zonas Vulnerables Región Arica Parinacota</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Arica Parinacota</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Arica Parinacota</p> <p>Medios de Verificación de Actividades acta de reunion encargado de biblioteca camarones. DR Arica Parinacota.</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Arica Parinacota. lista de asistencia, proveedores comuna de</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>camarones</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Arica Parinacota. verificador acta de entrega folleteria a centros neurálgicos de la comuna de Camarones</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Arica Parinacota.verificador acta de entrega folleteria a centros neurálgicos de la comuna de Putre</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Tarapacá</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Tarapacá</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Envío DVD Escuela y Biblioteca Huara</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Oficio Solicita materia a SSPP 04032009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Folleteria SISS</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Ord620_SSPP</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Ord2943</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Ord3008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. Ord4905</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Tarapacá. ord6206</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Antofagasta</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Antofagasta</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. CHARLA JUNTA VECINAL DE TALTAL 17 octubre 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. Plaza del Consumidor Taltal 27 Noviembre</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. verificadores prensa</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. verificador Taltal</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. PLAZA TALTAL 29 MAYO 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. CHARLA CARAB TALTAL 29 MAYO</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Antofagasta. oficio dvd san pedro</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Copiapó</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Copiapó</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Jornada Regional AP 28.08.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Jornada Regional SISS 28.08.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Jornada Regional ATP 29.08.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Pasantía Ejecutivo Freirina 27.10.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Comodato Freirina</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Pasantía Freirina RGV 23.02.09</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Pasantía Freirina RGV 09 y 10.03.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Acta N° 1 - Red SERNACFacilita</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Acta N° 1 SERNAC - Biblioteca de Freirina</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Seminario Freirina 17.03.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Comodato Huasco</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Acta N° 1 - Red SERNACFacilita Huasco</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Jornada Regional de Capacitación AP 26.03.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Jornada Regional de Capacitación Panel SSPP 26.03.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Copiapó. Acta N° 1 SERNAC - ACOHUASCO AC</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Coquimbo</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Coquimbo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. entrega de material educativo canela</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. MINUTA QUINCENAL _01_12_08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. lista y acuerdo Foro de Consumo_18.12.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>PASANTIA ILLAPEL, LA SERENA, VICUÑA Y PAIHUANO 6-11-2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. PASANTIA PAIHUANO, MONTE PATRIA, LA SERENA, COQUIMBO, ILLAPEL 18-12-2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. PASANTIA VICUÑA Y PAIHUANO 27-11-2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. PASANTIA CANELA 25-9-2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Coquimbo. PASANTIA CANELA_03.12.2008</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Valparaíso</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Valparaíso</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. OFICIO CONVOCATORIA 8 ABRIL</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. OFICIO CONVOCATORIA 17 DE MARZO</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA -N°1- 28 DE ABRIL 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA - N°2 - 28 DE ABRIL 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA N°1- 17 DE MARZO 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA N°2- 17 DE MARZO 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA N°1- 17 DE MARZO 2009 - ÁREA ELECTRICA</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA ASISTENCIA N°2- 17 DE MARZO 2009 - ÁREA ELECTRICA</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. OFICIO 28 DE ABRIL 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. LISTA DE ASISTENCIA 8 DE ABRIL 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. entrega de equipos a Valparaíso</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. PASANTIAS PLATAFORMA DE VALPARAISO</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Valparaíso. PASANTIAS DE PLATAFORMA DE CABILDO</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR O'Higgins</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR O'Higgins</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR O'Higgins. Entrevista Radio Rosario Litueche - Alcalde</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR O'Higgins. Listas Asistencia Reuniones 2008 plan Zonas vulnerables</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Maule</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Maule</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Maule. Verificadores Informe Plan de Avances Zonas Vulnerables</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Araucanía</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Araucanía</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Acreditaciones Medios de Comuna de Saavedra</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Acreditaciones Medios Comuna de Renaico</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Informe Cometido Saavedra Director Regional</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Informe Cometido Renaico Director Regional</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Lista Asistencia y Ficha Sistematización Charla Dirigentes Sociales Renaico</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Lista Asistencia y Ficha Sistematización Charla Jóvenes Estudiantes Renaico</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Lista Asistencia y Ficha Sistematización Charla Dirigentes Sociales Saavedra</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Araucanía. Lista Asistencia y Ficha Sistematización Charla Jovenes Estudiantes Saavedra</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Bío Bío</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Bío Bío</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío. yungay 19-08-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío. patricia yungay-pemuco 19-08-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío. patricia san carlos-bulnes 12-08-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>patricia coelemu-tome 05-08-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío. coelemu 07-08-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Bío Bío. bulnes 12-08-08</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Los Ríos</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Los Ríos</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Ríos. Inf. Cometido Rio Bueno Directora</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Ríos. Convenio I. M. Río Bueno</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Ríos. Programa Radio Rio Bueno2</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Ríos. Programa Radio Rio Bueno</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Los Lagos</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Los Lagos</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. Archivos Fotográficos</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. capacitacion PAP 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. capacitacion pap 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. capacitacion PAP con SEC 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. capacitacion Pap con SEC 2009 2</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. Capacitacion PAP en temas SEC y Suseso 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. charla cochamo 20 enero 09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. charla reunion electricidad ralun el este cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. charla trabajadores salmoneros hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. Convenio PAP (Plataforma de Atención de Público) Cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. Convenio Pap Hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. entrega DVD Sernac en cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. entrega DVD Sernac en hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. gestion reclamo colectivo agua conta hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. gob te escucha hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. gob te escucha hualaihue 2</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. invitacion charla cochamo enero 09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. nota prensa sernac en hualaihue 09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos.</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>pasantia cochamo 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. pasantia cochamo 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. pasantia hualaihue 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. pasantias hualaihue 13.03.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reclamo electrico cascajal cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resolu cometido difusion hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido cochamo 09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido gestion caso colectivo hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido hualaihue 2</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resoluc cometido hualaihue 09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. resolucion cometido hualaihue 17.06.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. Reunion Carabineros Hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>reunion charla electricidad cochamo</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reunion muni hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reunion muni hualaihue 2</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reunion muni hualaihue 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reunion profes hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. reuniuon sernac DEM Hualaihue</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Los Lagos. sernac sec cochamo</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Aysén</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Aysén</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Aysén. ACTIV Sernac CON senama</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Aysén. Lista asistencia Consejo Adultos Mayores Region Aysen 19nov2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Aysén. Charla SENAMA 19nov2008AdultosMayores</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Aysén. Acredita cometido induccion PaP Ibañez charla colegio 01 DIC 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Aysén. Acredita cometido induccion PaP Chile Chico charla colegio y difusion 03 y 04 DIC 2008</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Magallanes</p> <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Magallanes</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. REPORTE GRAFICO DE ACTIVIDADES gobierno+ceca punta arenas 04.07.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. REPORTE GRAFICO DE ACTIVIDADES gobierno + cerca san gregorio 25.06.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. REPORTE GRAFICO DE ACTIVIDADES EN TERRENO visita a villa tehuelches 13.05.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. REGISTROS FOTOGRÁFICOS</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 15.05.2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 08.06.2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 06.04.2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 04.12.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 23.10.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro contacto PP20 17.07.09</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 14.11.2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Registro Contacto PP20 11.09.2008</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Invitación Jornada de Capacitación 2º semestre</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Envío FUAP Plataformas P20 26.06.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Envío Folletería Zonas Vulnerables sep-dic 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Envío folleteria enero-junio 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Envío folleteria 2 enero-junio 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. envió contacto PP20 Abril</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Encuestas Diagnostico PP20 agosto 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Difusion de Campañas a Zonas Vulnerables Sep y Dic 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Contacto PP20 Ene-Mar 2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. contacto pp20 11-05-2009</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Cometido a Laguna Blanca 04.09.08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Asistencia Jornada Capacitación tarde 21-10-08</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Magallanes. Asistencia Jornada Capacitación mañana 21-10-08</p> <p>Informe de Avance Zonas Vulnerables DR Metropolitana</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>Informe Final de Zonas Vulnerables DR Metropolitana</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Metropolitana. Verificadores Zonas vulnerables 2008</p> <p>Medios de Verificación de Actividades DR Metropolitana. Verificadores Zonas Vulnerables 2009</p> |
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus derechos.</p> | <p>1. Incluir preguntas en la encuesta CERC, que identifiquen el conocimiento que existe respecto del programa SernacFacilita en las Plataformas Comunales, para así relacionar este conocimiento con el grado de desprotección de los consumidores.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2006</p> | <p>Se elaboraron dos nuevas preguntas relacionadas con el grado de conocimiento del Sernac Facilita y el grado de desprotección de los consumidores que se consultaran en la encuesta CERC del segundo semestre. Las preguntas incorporadas son las siguientes: P. ¿Sabe Ud. de la existencia de una oficina de atención al consumidor al interior de su municipio o comuna". (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)</p> <p>Si..... 1 PASE A PA No 2 No sabe.....8 NO LEER No responde.....0</p> <p>PA (SOLO A LOS QUE CONTESTAN SI EN P): La existencia de una oficina de atención al consumidor al interior de su municipio o comuna, ¿significa para Ud. una mayor sensación de protección de sus derechos como consumidor" (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)</p> <p>Si.....1 No 2 No sabe.....8 NO LEER No responde.....0</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> PREGUNTAS PARA ENCUESTA CERC</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus derechos.</p> | <p>2. Evaluación de los resultados del Programa "SernacFacilita" en base a resultados de encuesta CERC de Agosto y Diciembre del 2006 y Abril del 2007.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>Se realiza evaluación institucional de los resultados de encuesta CERC donde se destaca lo referido a oficinas SFM; de esta se pueden identificar grupos mas vulnerables.</p> <p>Resultados encuesta CERC (agosto 2006): Por primera vez se indagó respecto del conocimiento de existencia de oficinas comunales de atención al consumidor. En general, existe un alto desconocimiento de estas oficinas, el 65% de los encuestados las desconoce; este efecto es mayor en santiago (75%) que en regiones (54%). Por lo tanto, se requiere aumentar la difusión de este canal de atención. Respecto a los que contestaron que si las conocían, el (70%) declaró que le entrega una mayor sensación de protección de sus derechos de consumidor. En este caso, no existe mayor diferencia entre las regiones y Santiago.</p> <p>Resultados encuesta CERC (diciembre 2006): respecto del conocimiento la mayoría de los encuestados (69%) desconoce las oficinas de atención al consumidor que se encuentran en los municipios. En Santiago, el desconocimiento es mayor (74%) que en regiones (64%). Se consultó si la existencia de alguna oficina de atención al consumidor en su municipio le generaría una sensación de mayor protección a lo cual un 56% declaró que sí, la combinación de ambas respuestas dan señales de que se deben dar a conocer las oficinas municipales con el fin de aumentar la sensación de protección a los consumidores.</p> <p>Resultados encuesta CERC (julio 2007): Para el período mencionado el resultado promedio de conocimiento de la existencia de una oficina de atención al consumidor al interior de su municipio correspondió a un 26%. Este promedio desciende a un 22% si la muestra es segmentada por grupo socioeconómico, dentro de este porcentaje destacan las mujeres, los grupos etáreos de 61 años y más y los grupos socioeconómicos más pobres (C3, D y E).</p> <p>Se adjunta información sobre variación positiva en la</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| | | <p>participación en el registro de casos en plataformas SFM período 2005-2006. La pregunta no se incorporó en abril de 2007 (conoce ud. la existencia de una oficina del consumidor al interior de su municipio o comuna), siendo desarrollada en la encuesta de julio 2007, la que se entrega en agosto, y se incorporará en la de diciembre de 2007.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> ANALISIS RESULTADOS ENCUESTA CERC</p> <p>RESULTADOS CERC AGOSTO 2006</p> <p>RESULTADOS CERC DICIEMBRE 2006</p> <p>PARTICIPACION EN REGISTROS 2005-2006</p> |
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus</p> | <p>3. Diseño de Encuesta Nacional para evaluar la gestión del programa "SernacFacilita". Se aplicará en las plataformas comunales y regionales de atención de público. Presentar instrumento metodológico y cuestionarios.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Durante este periodo no solo se diseño, sino que además se implementaron dos estudios relacionados con, por una parte, una encuesta sobre el la opinión y nivel de conocimiento de las plataformas Sernac Facilita municipales y el respectivo sistema de atención de Público; y, por otro, una encuesta destinada a medir el nivel de satisfacción de los clientes del programa Sernac Facilita. Ambos estudios fueron licitados y, la empresa adjudicada cumplió adecuadamente con el proceso de implementación entregando los informes respectivos en la fecha acordada. Para dicho proceso desde el Sernac se definió una contraparte técnica radicada en el Departamento de Estudios.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> BasesAdministrativas Encuesta Satisfacción</p> <p>Bases Técnicas Satisfacción SERNACFACILITA V2</p> <p>Encuesta Sernac ORIENTACION</p> |

| | | |
|--|--|---|
| derechos. | | Encuesta Sernac MEDIACION |
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus derechos.</p> | <p>4. Aplicación de Encuesta Nacional en las Plataformas Comunes.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>Durante este periodo se implementaron los dos estudios relacionados A)Satisfacción de Usuarios SernacFacilita;B)Conocimiento SernacFacilita.En el primero se establecio una muestra de 2470 casos a nivel nacional (11 regiones)de los productos Reclamos y Consulta.Fue aplicada una encuesta semi estructurada telefónica. El diseño fue probabilistico estratificado por región y tipo de atención. El segundo estudio esta referido al Conocimiento del SernacFacilita y Oficinas comunales.Se definio una muestra de 1200 casos. Se aplico un técnica encuesta semi estructurada presencial en hogares. Su diseño muestral fue aleatorio, estratificado por comuna. En terminos de resultados estos fueron definidos en el primer estudio (satisfacción) en términos de : Indicadores Globales;Satisfacción General;Modelo de calidad de servicio;Atención de Sernac;Imagen del Sernac;Caracterización de los usuarios. En el segundo estudio(Conocimiento) los resultados fueron ordenados por:Función del Sernac;Imagen del Sernac; conocimiento y evaluación de las plataformas;Conocimiento del Sernac Facilita;Disposición a hacer uso de las plataformas.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> INFORME SATISFACCIÓN SERNAC USUARIOS</p> <p>INFORME CONOCIMIENTO SERNAC FACILITA</p> |
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este</p> | <p>5. Entrega de Resultados y análisis de Encuestas Nacional y realizar recomendaciones en base a los resultados obtenidos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2007</p> | <p>Este Estudio se encuentra avalado por mediciones y seguimientos periódicos del programa, de tal forma de garantizar la eficacia, eficiencia e impacto que este posee en la población objetivo. El año 2006 se realizó el primer levantamiento con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción que poseían los clientes de SERNACFacilita a través de la plataforma de atención presencial.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus derechos.</p> | | <p>Tomando en cuenta la mayoritaria presencia de usuarios a través de los canales Call Center e Internet, se ha decidido para este año 2007 considerar en la muestra la participación de ambos canales. En el Departamento de Estudios recaerá la responsabilidad técnica del Diseño y la elaboración del Informe preliminar del Estudio. El Informe preliminar tendrá como objetivos principales: La caracterización de los clientes según canales de Atención y el grado de satisfacción con las prestaciones de consulta y mediación del programa.</p> <p>Principales Resultados Encuesta Satisfacción.</p> <p>Perfil del consumidor: Si pudiésemos dar cuenta de un perfil de los usuarios diríamos que son hombres y mujeres, que se mueven en tramos etéreos de Adultos Jóvenes y Adultos, los que se manifiestan, en su mayoría, como personas casadas, que han completado casi en su totalidad los Estudios Secundarios, representan a Empleados, Profesionales y en menor medida a Dueñas de Casa, dentro de la fuerza laboral, gustan por una Vida Familiar, por lo tanto se sienten identificados con la Estabilidad, pero principalmente con la Justicia y por ende propician un Estado activo en materias de intervención económica.</p> <p>Este perfil lo definiremos en atención a las características demográficas de la población y canal utilizado por el usuario.</p> <p>Según sexo del encuestado: El principal canal de atención que utilizan ambos sexos es la plataforma de Internet con un 59,9% de mujeres por sobre un 57,4% de hombres. El segundo canal de preferencia fue el Presencial con una pequeña superioridad de mujeres sobre hombres, 30,6% sobre 27,3%. Finalmente el Call Center fue menos utilizado por ambos, sin embargo en este caso los hombres fueron los que acudieron más a esta medio, constituyendo poco menos del doble de las preferencias respecto de las mujeres, 12,2% sobre</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>7,7%.</p> <p>Según edad del encuestado: Los usuarios frecuentes según edad son adulto y adulto joven (30 a 60 años), y utilizan de preferencia canal Internet, representando el 75% de la muestra, siendo los adultos el principal usuario del servicio.</p> <p>Según estado civil del encuestado: La categoría casado se constituye en la mayor frecuencia con un 54,1% por sobre las personas que se declararon solteras (35,5%). Tanto Casados como Solteros utilizan en su mayoría el canal de atención por Internet, con poco menos de la mitad de las preferencias (31,4% y 21,8% respectivamente), relegando ambos, como segunda y tercera opción al canal Presencial (24,7%) y Call Center (9,2%) correspondientemente.</p> <p>Según nivel educacional del encuestado: A medida que se avanza en el nivel educacional, se utiliza progresivamente el canal Internet (cerca del 60%), al contrario, en la medida que baja en el nivel educacional, se utiliza de preferencia el canal presencial (un 29%).</p> <p>Recomendaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ya que el canal más utilizado por las mujeres es Internet (59,9%) de los casos validos, se debe mejorar el Formulario de Registro de Consulta y Reclamo, de forma de capturar aquellas variables que distinguen eficazmente las diferencias de género entre los usuarios de SERNACfacilita. - Se debe intensificar una campaña de Difusión del SERNAC en los grupos etáreos más vulnerables, adultos en edad avanzada y jóvenes adolescentes principalmente, son estas categorías las que menos usos hacen de los servicios y prestaciones de SERNAC. - Es necesario señalar que según los resultados de la aplicación de este estudio, los usuarios/as |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>mayoritariamente se concentran en las categorías de empleados y profesionales acumulando un 67,7% de las consultas y reclamos realizados durante el año 2006. Desde el punto de vista de la actividad que señalan los entrevistados/as un 58,3% del total de la muestra, utiliza Internet como primera opción para realizar consultas y reclamos. Entonces, conjuntamente con buscar mejores vías para incentivar y promover los productos de SERNAC en población adulto mayor y jóvenes, se debe mantener la campaña de difusión hacia el segmento de empleados y profesionales, incluyendo en estas, a la dueña de casa que representa al 14,5% de la población según actividad que requiere los servicios de SERNAC.</p> <p>Se anexan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informe Preliminar de Resultados - Presentación en Power Point de Resultados - Informe Metodológico Encuesta Satisfacción. <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Informe Preliminar de Resultados</p> <p>Presentación Estudio SERNACfacilita</p> <p>Informe Metodológico Encuesta Satisfacción</p> |
| <p>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</p> <p>1. Establecer mecanismos orientados a determinar y monitorear permanentemente el nivel de percepción de protección que tienen los ciudadanos en materia de consumo. En este sentido y considerando que una de las justificaciones iniciales del</p> | <p>6. Implementar recomendaciones del análisis de la Encuesta Nacional aplicada.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2008</p> | <p>Luego del análisis de los resultados de la Encuesta de Satisfacción Nacional, se desarrollaron un conjunto de mejoras destinadas a solucionar problemas de registro y de visualización de casos. Para ello se adoptaron medidas en relación a los compromisos pendientes, y que son los siguientes:</p> <p>1. En la opción "estado de su caso" a la cual se accede a través de www.sernac.cl, el/la consumidor/a podrá acceder a visualizar los archivos adjuntos (respuesta</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>programa se atribuía a la percepción de desprotección del consumidor en materia de consumo, resulta necesario medir tal grado de desprotección, mediante encuestas apropiadas que se focalicen en preguntas cuyos temas se relacionen específicamente con el Programa. De esta manera será posible estimar la contribución efectiva del Programa en la percepción de la población sobre el grado de protección de sus derechos.</p> | | <p>del proveedor) y toda la comunicación que el ejecutivo/a haya mantenido con el consumidor/a. Actualmente el/la consumidor/a sólo accede a información de las líneas de bitácora de su caso, pero no a los archivos.</p> <p>Con la implementación de la nueva Plataforma Tecnológica, se modificó el acceso a la información y gestión del caso por parte del consumidor. La anterior plataforma tecnológica REMEDY, sólo permitía visualizar la información del Estado de su Caso, e identificar los puntos de gestión que el ejecutivo/a a cargo del caso, realiza en la tramitación de una mediación. Actualmente, este flujo de información, tanto de gestión como de cartas y comunicados, el/la consumidor/a, puede no sólo acceder a su visualización, sino que además, tiene la opción de descargar vía Web, todas las cartas y comunicados remitidos en las comunicaciones hacia el/la propio/a consumidor/a, como así también al proveedor reclamado, de esta manera la mejora permite que se acceda a los archivos digitalizados de la gestión del caso.</p> <p>Esta modificación fue realizada por la Empresa prestadora de Servicios y Soporte, que adjudicara la licitación de creación de la nueva Plataforma Tecnológica SERNACfacilita Windev, gestión que realizó el Departamento de Gestión Territorial y Canales.</p> <p>2. A partir de la instalación de la nueva Plataforma Tecnológica, se podrán establecer mecanismos que nos permitan obtener información sistematizada del tipo de consulta y de la respuesta entregada a los usuarios/as del programa. Esto sobre la base de homologación de procedimientos aplicados en el canal telefónico, y de este al canal internet, a su vez y con posterioridad al canal presencial.</p> <p>Los procedimientos en el sistema SERNACfacilita, establecieron un modelo de atención, que utiliza procedimientos estandarizados para la tramitación de casos, lo que involucró desarrollar un sistema</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>informático que incluyera en su diseño un conjunto de procedimientos, que permitieran un registro único y progresivo de la atención de público a nivel nacional, y que diera cuenta de la gestión realizada por los ejecutivos para cada caso.</p> <p>Ante todas las evidencias de buen funcionamiento y de las mejorías que implicó la instalación del sistema SERNACfacilita, quedo pendiente y por resolver el siguiente problema:</p> <p>"La existencia de diferentes procedimientos de Respuestas Tipos entre los canales Telefónico, canal Internet y el canal Presencial, ante una misma consulta."</p> <p>El sistema adoleció de una falla de diseño original en el sentido de establecer instrumentos y procedimientos de Respuestas Tipo (RT) para los tres canales, ya que estos se fueron instalados en formas secuenciales. Solo a partir del canal telefónico se generaron las respuestas tipos en su versión de Scripts (CTI).</p> <p>Al comienzo del proceso el aspecto prioritario estuvo centrado básicamente en estandarizar el funcionamiento de las plataformas presenciales, con el criterio de facilitar la gestión de los ejecutivos de Atención de Público.</p> <p>En el proceso de gestión del sistema se detectaron limitaciones cuando se requirió información relativa al conocimiento del tipo de consulta que realizan los consumidores respecto de las consultas del canal presencial, además, no existió o no quedó registrada la respuesta que se entrega al consumidor en el sistema, limitación que no ocurre en los canales Call y Web.</p> <p>Otro de los problemas detectados, es que existiendo procedimientos estandarizados para cada canal, no existe un procedimiento unificado que permita tener claridad de las fases de atención en todos los canales de atención con los consumidores y consumidoras.</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Por ello se estandarizó el procedimiento, aplicando la mejora de instalación de los Scripts en el sistema de registro de casos, para los tres canales de atención. El registro del caso, comienza con la categorización del caso; la selección del tipo de consulta que depende de la categoría; y finalmente la definición del ítem específico. Obteniendo la Categoría, Tipo e Item se despliegan preguntas y respuestas, donde se filtra la adecuada al caso. Lográndose la automatización de repuesta a casos en el canal presencial.</p> <p>Esta modificación fue realizada por la Empresa prestadora de Servicios y Soporte, que adjudicara la licitación de creación de la nueva Plataforma Tecnológica SERNACfacilita Windev, gestión realizada por el Departamento de Gestión Territorial y Canales.</p> <p>3. Se ha parametrizado todo el proceso de atención de público en la etapa de gestión de reclamos, logrando definir estándares de atención que permiten la creación de indicadores de gestión de los casos sobre la base de etapas y sub-etapas. Estos podrán ser medidos a contar de agosto - septiembre 2008, permitiendo la instalación de indicadores de gestión de casos en todas las sub etapas del proceso de mediación.</p> <p>Desde el inicio del Programa SERNACfacilita (2003), se establecieron procedimientos estandarizados y homologados, que ha sufrido modificaciones y mejoras que permitieron la obtención de mejores resultados desde el punto de vista de la satisfacción del cliente.</p> <p>Uno de los aspectos relevantes en el control y mejora, es el de plantear análisis segmentos de los clientes de forma de obtener información relevante de las subetapas que contempla la tramitación de reclamos. Para la obtención de esta información, se establecieron indicadores intermedios de las subetapas.</p> <p>El proceso de atención de reclamos y los indicadores establecidos desde el inicio e instalación del Programa</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>SERNACfacilita, establecían la medición de ingresos (volúmenes de casos) y cierre en plazo (25 días hábiles), lo cual nos permitía establecer mediciones de la gestión de reclamos sólo a nivel cuantitativo. El establecimiento de los indicadores de gestión por subetapas nos permitirá obtener información segmentada de los casos.</p> <p>Los indicadores y sus subetapas son (Estos pueden variar o ser modificados a partir de análisis, evaluaciones y propuestas de mejoras):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresos de casos: Volumen de casos ingresados como reclamos, en que se solicitan antecedentes al consumidor. 2. Gestión del Caso Front Reclamos: 90% de los reclamos gestionados en Front reclamos, trasladados en 48 horas máximo desde que ingresa el caso. 3. Se informa Respuesta al reclamo presentado: 90% de respuestas ingresadas por el proveedor informadas al consumidor. 4. Sí no llega respuesta del proveedor, se realiza la Insistencia al Traslado: 90% de insistencias de traslado gestionadas en un plazo de 24 horas, cuando no tiene respuesta del proveedor. 5. Se informa Respuesta ante la insistencia al reclamo presentado: 90% de respuestas ingresadas por el proveedor informadas al consumidor. Plazo máximo de 48 horas. 6. Traspaso del Caso a Back reclamos: Volumen de casos agendados desde Front a Back office. 7. Cierre de Casos: Volumen de casos cerrados. <p>Con la información de estos indicadores de medición se podrá establecer si existe o no, diferencias significativas en la gestión y tramitación de casos de reclamos por grupos segmentados. Realizando análisis por variables de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tramitación y comportamiento de la gestión a nivel Regional y Comunal. - Establecer tipologías de reclamos por canal de |
|--|--|---|

| | | |
|---|---|--|
| | | <p>atención.</p> <ul style="list-style-type: none"> - sexo que permite evaluar perspectiva de género. - Establecer tipologías de reclamos que son respondidos en el primer traslado de casos. - Establecer tipología de casos que son respondidos en la sub etapa de Insistencia de casos. - Establecer tipología de casos en que el proveedor no responda al reclamo presentado. <p>Esta modificación fue realizada por la Empresa prestadora de Servicios y Soporte, que adjudicara la licitación de creación de la nueva Plataforma Tecnológica SERNACfacilita Windev, gestión realizada por el Departamento de Gestión Territorial y Canales.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Cuadro de Registro de Casos Primer Semestre 2007 - 2008</p> <p>CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Campaña de Comunicación Estratégica SERNAC FACILITA 2007</p> <p>Módulo de consultas con CTI</p> <p>Registro y Pantallas Modificación Estado del Caso</p> <p>Tramitación de Reclamo e Indicadores</p> |
| <p>2. Estimular un uso intensivo del canal Internet, así como los servicios de consulta telefónica automática, para sustituir en todo aquello que sea posible los requerimientos presenciales y lograr de esta forma una reducción de los costos unitarios de atención. Implementar a la brevedad posible el proyecto de "Call Center" para lograr este mismo objetivo.</p> | <p>1. Realizar Capacitación de a lo menos 500 funcionarios (as) de bibliotecas públicas para habilitarlos en la temática de SernacFacilita y entregarles los certificados respectivos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2006</p> | <p>Se ejecutaron capacitaciones a los funcionarios de las bibliotecas públicas del programa Biblioredes durante el segundo semestre de 2005 y primer semestre de 2006. Durante 2005 se capacito a 144 funcionarios de biblioredes, mientras en 2006 los capacitados fueron 464.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> LISTADO DE FUNCIONARIOS CAPACITADOS 2005 2006</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>2. Estimular un uso intensivo del canal Internet, así como los servicios de consulta telefónica automática, para sustituir en todo aquello que sea posible los requerimientos presenciales y lograr de esta forma una reducción de los costos unitarios de atención. Implementar a la brevedad posible el proyecto de "Call Center" para lograr este mismo objetivo.</p> | <p>2. Medir resultados de la experiencia de SernacFacilita en BiblioRedes, a través de la reportería que genere el sistema SernacFacilita, comparando el volumen por producto y tiempos de respuestas de BiblioRedes con respecto al resto del canal de internet e introducir ajustes en base a los resultados de la evaluación.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Resultados SERNACfacilita Biblioredes.</p> <p>Durante 2006 se logró registrar vía ingresos internet en las bibliotecas publicas un total de 133 reclamos cumpliendo el plazo ofrecido a los usuarios en un 90,98%, mientras que de las 227 consultas registradas se cumplió en plazo el 73,13%.</p> <p>Este volumen de 360 registros corresponde hasta julio de 2006 dado que por dificultades tecnológicas el enlace establecido entre biblioredes y SERNACfacilita fue interrumpido por instalacion de nueva plataforma tecnologica de biblioredes . Situación que se encuentra superada a partir del 01.01.07.</p> <p>Participación de Biblioredes en Canal Internet:</p> <p>En el sistema Biblioredes, se registraron un total de 44 casos (Consultas 40 y 4 Reclamos) en el 2005. En el 2006 se registraron 360 casos (Consultas 227 y 133 Reclamos), lo que constituye un aumento del 87.78% registros entre ambos periodos.</p> <p>El nivel de participación del Sistema de Biblioredes en el Canal de Internet, también refleja aumentos comparativos. En el año 2005 las consultas a través de Biblioredes representaron un 0,15%, en cambio en el 2006 aumentó a 0,66%. En el caso del registro de Reclamos, el año 2005, registró un 0,034% de participación, cifra que para el 2006 fue de 0,58%.</p> <p>Se adjunta archivo con información desglosada en reclamos y consultas. Más archivo word, con información comparativa respecto a niveles de participación y cumplimiento en plazo de los casos Biblioredes.</p> <p>En relación a los ajustes, para este año 2007, se están concretando los acuerdos que corresponden al Nuevo Plan de Trabajo, entre SERNAC y Biblioredes.</p> <p>Para este año 2007, los registros son un total de 184</p> |
|---|---|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>casos, de estos ingresaron 53 consultas y 131 reclamos. Estos ingresos se distribuyeron uniformemente, ha excepción de la cuarta región que no tuvo ingresos de casos.</p> <p>El 60% de las prestaciones las solicitaron mujeres, equivalentes a 111 mujeres. De los 184 casos sólo quedan 7 casos por cerrarse.</p> <p>No existe informe de cumplimiento acerca de los ajustes y recomendaciones que hicieran mejorar este programa. SAIn embargo SERNAC presentó un Plan de Trabajo que señalaba tareas y actividades específicas para ser introducidos. En líneas generales la evaluación de los resultados tanto en ingresos como cumplimiento de metas, será implementado durante primer semestre de 2008.</p> <p>Las cifras de ingresos de casos consulta / reclamo vía convenio con Biblioredes obtuvo una variación negativa de 48,89%. En el año 2006 ingresaron un total de 360 casos, para este 2007 sólo lo hicieron 184.</p> <p>La experiencia no es bien evaluada, las cifras demuestran una variación negativa entre período anual 2006 y 2007, la que alcanzo la baja de 48,89%.</p> <p>Este año 2007 el convenio Biblioredes no tuvo una operatoria normal, más bien fue erratica, provocando que el convenio no sé articulara.</p> <p>Este hecho, sumado al bajo nivel de registros de casos generados por este convenio, provocan un replanteamiento del convenio. A su vez, el canal Internet, al conformarse en el Centro Nacional de Consultas, el Web Center, a través de este, se verifica que la actividad y volumen de ingreso de casos vía canal internet, ha experimentado un crecimiento sostenido. Razón por la cual, se estima que el objetivo de incentivar el uso e ingreso de casos vía canal Internet, se ha cumplido, sin que para esto, tenga que necesariamente funcionar el convenio con Biblioredes.</p> |
|--|--|---|

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>De todas formas, para este año 2008, se acordó con Biblioredes un Plan de Trabajo, que contempla la ratificación del convenio, una estrategia de comunicación, monitoreos por parte de los coordinadores regionales tanto de SERNAC como de Biblioredes, y finalmente coordinar acciones complementarias.</p> <p>Se anexa base de ingreso de casos consultas y reclamos biblioredes y plan de trabajo 2008</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> reporte_ingreso_consultas_y_reclamos_dibam_2006.xls</p> <p>Análisis Comparativo niveles de participación y cumplimiento en plazo de los casos Biblioredes.</p> <p>BD año 2007 Biblioredes</p> <p>Plan de Trabajo 2008</p> |
| <p>2. Estimular un uso intensivo del canal Internet, así como los servicios de consulta telefónica automática, para sustituir en todo aquello que sea posible los requerimientos presenciales y lograr de esta forma una reducción de los costos unitarios de atención. Implementar a la brevedad posible el proyecto de "Call Center" para lograr este mismo objetivo.</p> | <p>3. Evaluar el funcionamiento del "Call Center", en base a los instrumentos de reportería del sistema y realizar recomendaciones en base a los resultados obtenidos.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Resumen Resultados Funcionamiento Call Center año 2006</p> <p>El volumen total de llamadas para el año 2006 es 195.152. Registrándose un promedio de ingreso mensual de 16263 llamadas.</p> <p>El volumen total de llamadas/días fue;</p> <p>1 trimestre : 732 casos. 2 trimestre : 676 casos. 3 trimestre : 864 casos. 4 trimestre : 863 casos. Promedio Anual : 784 casos.</p> <p>El Volumen de llamadas ingresadas por género: El</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>género femenino es ampliamente ganador en el período anual 2006 en el ingreso de llamadas, siendo la proporción de ingresos de 60:40 respecto del género masculino.</p> <p>Concentración llamadas por Región: Al analizar las llamadas desde el origen de las mismas se puede observar que existe una gran concentración de llamadas en la Región Metropolitana que obtuvo una participación promedio anual 2006 de 72,81%. En segundo lugar se ubico la Región de Valparaíso con un 6,73%, seguida de cerca por la Región del Bío Bío con un 5,13%.</p> <p>Nivel de Atención: Un aspecto de relevancia en la medición de indicadores, es el establecimiento del nivel de atención generado por los ejecutivos del Centro de Contacto Telefónico, el cual mide el volumen de llamadas recibidas y de estas las llamadas contestadas. Este indicador fue de un 93,6%.</p> <p>Los datos registrados de volúmenes de consultas durante el año 2006 alcanzan un porcentaje bastante significativo en temas relacionados con TRÁMITES (procedimientos y plazos), que requieren los consumidores.</p> <p>Trámites en Sernac: 17,5% Direcciones Plataformas Sernac: 9% Total: 26,5%. Son consultas que no están relacionadas directamente con materias de consumo, sino más bien son de carácter administrativo, lo cual exige una campaña mayor de difusión a nivel nacional.</p> <p>A nivel del Canal presencial en las plataformas de las Direcciones Regionales, se presenta un significativo aumento de registro de Consultas, con un alto costo de tiempo de espera para los consumidores.</p> <p>El volumen de llamados registra una muestra significativa de consultas relacionadas con materias de otros servicios públicos, con los cuales mantenemos</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>una relación de cooperación mutua. (Telecomunicaciones, financieros, sanitarios, transportes, etc.)</p> <p>En base a la experiencia desarrollada durante un año, la creación de CTI, (Categorías, Tipo e Ítems), es decir, Consultas y Respuesta frecuentes, utilizadas en la gestión del Call Center, ha resultado altamente exitosa ya que ha permitido responder en forma oportuna, amigable, con información pertinente, precisa y homologada.</p> <p>De las recomendaciones se pueden extraer los siguientes resultados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El eje de la campaña de difusión del año 2007, se constituyó a partir de la recomendación de transparentar nuestros canales de información, Web, revista del consumidor, eventos comunicacionales, folletería. Está recomendación constituyó el eje vertebral de la campaña nacional de difusión realizada el segundo semestre de 2007. Diseñada e implementada en forma focalizada por canal. 2. Se instalaron en todas las Plataformas de Atención de las Direcciones Regionales, accesos directos al Call Center, llamados teléfonos Hot Line. 3. El sistema de interoperabilidad se perfeccionó sobre la base de Web Service con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras y Superintendencia de Servicios Sanitarios. Con MTT Ministerio de Transportes, hay acuerdo y presupuesto asignado para la misma implementación, y se ha generado un proceso de integración con la Junta de Aeronáutica Civil. Con la Subsecretaría de Telecomunicaciones se generó un programa de integración el cual está 100% financiado en base a la contratación e incorporación de un funcionario nuevo en cada Dirección Regional SERNAC financiado por este programa para atender en forma exclusiva todos los casos relacionados con el ámbito de telecomunicaciones. Actualmente se encuentran |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>laborando 17 ejecutivos, 1 en cada DR, y 2 en Call Center.</p> <p>4. El sistema de respuestas del Call Center basada en categoría tipo ítem (en adelante CTI) y respuesta tipo fueron incorporadas en el sistema de respuesta del canal Internet con la creación del Web Center. De tal manera que los ejecutivos que gestionan respuestas a los consumidores, ingresan por Internet, teniendo acceso directo a este set de CTI y respuestas tipo.</p> <p>Este mismo sistema está siendo evaluado para su traspaso en la creación de la nueva Plataforma Tecnológica. Se tiene considerado incorporar en el canal presencial este sistema de gestión de CTI y respuesta tipo lo cual debiera estar en funcionamiento a partir del segundo semestre 2008.</p> <p>Para el período anual 2006 se generaron 4 informes trimestrales de gestión del Call Center en los cuales se evaluó las variables de volúmenes, distribución territorial, nivel de servicio, tiempos de operación y cierre de casos.</p> <p>De las conclusiones obtenidas en cada uno de ellos se han generado planes de mejora para la gestión del sistema en procedimientos, relacionamiento y bases de datos.</p> <p>Se adjuntan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se incorpora en el cuadro de cumplimiento los principales resultados de evaluación de funcionamiento del Call Center año 2006. Además se incorporan e informa acerca de los resultados de implementación de recomendaciones. - 4 Informes de gestión de Call Center. Se modifica el 4 Informe de Gestión de acuerdo a las observaciones planteadas, y se anexa, indicando en el nombre de archivo "modificado". - Análisis de Resultados de la Evaluación y Recomendaciones. Se agrega una columna con |
|--|--|---|

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>comentario de la implementación. - Campaña SERNACfacilita Estrategia de Difusión 2007. - <u>Calificación:</u> Cumplido <u>Medios de Verificación:</u> 1 Informe de Gestion Call Center 2006 2 Informe de Gestion Call Center 2006 3 Informe de Gestion Call Center 2006 4 Informe de Gestion Call Center 2006 Resultados de la Evaluación y Recomendaciones CALL CENTER 4 Informe de Gestión Call Center 2006 Modificado Resultados de la Evaluación y Recomendaciones CALL CENTER_modificado Campaña Sernacfacilita 2007. Se adjunta Acta de Adjudicación Chile Compra de los modulos telefónicos Convenio Integración de Call SBIF Convenio Integración SISS-SERNAC</p> |
| <p>2. Estimular un uso intensivo del canal Internet, así como los servicios de consulta telefónica automática, para sustituir en todo aquello que sea posible los requerimientos presenciales y lograr de esta forma una reducción de los costos unitarios de atención.</p> | <p>4. Implementar recomendaciones realizadas en base a resultados de la evaluación del "Call Center". <u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>En base a la evaluación realizada durante el semestre último de 2006 se definieron un conjunto de recomendaciones orientadas a optimizar los indicadores que miden la gestión del call center, el conjunto de estas recomendaciones han sido implementadas desde fines de 2006 a la fecha, se adjunta documento con recomendaciones e implementaciones.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>Implementar a la brevedad posible el proyecto de "Call Center" para lograr este mismo objetivo.</p> | | <p>Sobre la Base de las recomendaciones se informa cumplimiento de</p> <p>1. Campaña Difusión 2006 Un Solo Lugar: - Objetivo destacado: Posicionar el acceso a los canales Internet, municipios y Línea 600 como los más óptimos y expeditos para los consumidores y consumidoras. - Resultados de Implementación: El explosivo aumento de los canales Internet 25% y Municipio 73% cumple con el objetivo de difundir el SernacFacilita y sus soportes de atención. La detención del crecimiento de las DR 0% refleja que los consumidores progresivamente están utilizando los canales trazados en los objetivos y los valoran. Se desincentivó la atención presencial en las DR el canal disminuyó en 7 puntos porcentuales.</p> <p>Otro muy buen indicador para los objetivos de la campaña es que el canal troncal de atenciones del Sernac ya no son las DR y hoy por lejos es Internet con el 47%</p> <p>Todos los canales incentivados por la campana crecen en participación del total, Internet 2%, Municipio 5% y DR baja -7%, ajustado a los objetivos. Además El Sernac atendió 9700 casos más, un alza de un 20% de consumidores en el período.</p> <p>De los objetivos trazados por la campaña, según las estadísticas de atención de público en todo el país, podemos concluir que se ha cumplido con difundir el acceso a los canales Internet, municipios y Línea 600 y que las atenciones en las Direcciones Regionales, van retrocediendo progresivamente.</p> <p>Por otra parte, se cumple con el objetivo de empoderar a los consumidores, pues el número de quienes acuden al Sernac en busca de ayuda ha aumentado.</p> <p>2. Manual del Consumidor: A través de este manual, se presentan de manera fácil y didáctica los principales contenidos de la Ley de Protección de los Derechos de</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>los Consumidores. El aprendizaje y conocimiento de esta información ayuda a ejercer los derechos como consumidor y consumidora en el comercio establecido: antes, durante y después de comprar, o cuando contrate un servicio. Publicado para ser descargado desde el sitio Web http://www.sernac.cl/sernaceduca/manual/index.php</p> <p>3. Direcciones Regionales SERNAC y Plataformas SERNACfacilita Municipio: Se encuentran habilitadas las direcciones http y links relacionados en www.sernac.cl Para revisar información y búsqueda de Direcciones Regionales en http://www.sernac.cl/oficinas/index.php Para revisar información y búsqueda de Plataformas SERNACfacilita Municipio en http://www.sernac.cl/oficinas/ocic/01.php#11 (Región Tarapacá) http://www.sernac.cl/oficinas/ocic/02.php#3 (Región Antofagasta)</p> <p>La segunda recomendación focalizar iniciativas a través de nuestros medios de comunicación, se implementa principalmente a través de la Revista del Consumidor. Los números de los meses junio, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre, destacan en las temáticas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Junio 2007: Etiquetados de Producto y Rotulación. - Julio 2007: Seguridad, información y libre elección. - Agosto 2007: Turismo, contratación de servicios y compra de pasajes. - Septiembre 2007: Responsabilidad del consumidor ante la firma de un contrato. - Octubre 2007: El derecho a la seguridad. - Noviembre 2007: El desafío del mercado de créditos. <p>Respecto a las actividades de Capacitación, talleres, charlas y participación en seminarios, se realizaron un total de 1.258 prestaciones distribuidas en las 13 Direcciones Regionales. Del total de 346 comunas del país, 229 fueron visitadas en alguna actividad de las direcciones regionales. En prensa electrónica, escrita, radio y TV, se realizaron un total de 2.166 actividades.</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Entre 2º, 3er y 4º trimestre 2007, se distribuyeron un total de 52.640 revistas, y un total de 446.850 material de folletería entre las diferentes direcciones regionales.</p> <p>La tercera recomendación Aumentar la accesibilidad al Call Center desde las Direcciones Regionales, se implementó a través de la adquisición de Teléfonos Hot Line. Estos se instalaron (1 por región) en todas las direcciones regionales y brindan un acceso directo a un ejecutivo del Centro Nacional de Consultas Call Center.</p> <p>La cuarta recomendación aumentar la participación del resto de las regiones (la participación de la RM es de un 70%) en el uso del Call Center, a través de iniciativas de difusión y desarrollo de programas. Se implementó a través de Campaña de Difusión Sernacfacilita 2007. Esta recomendación constituyó el eje vertebral de la campaña nacional de difusión realizada el segundo semestre de 2007. Diseñada e implementada en forma focalizada por canal.</p> <p>La quinta recomendación Optimizar los procesos de interoperabilidad con otros servicios públicos, se implementó a través de la firma de convenios de integración de Call Center, con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), y Superintendencia de Servicios Sanitarios.</p> <p>Sexta medida, implementar una modalidad de atención de consultas vía Internet, usando las mismas herramientas de registro y respuestas del Call. El sistema de respuestas del Call Center basada en categoría tipo ítem (en adelante CTI) y respuesta tipo fueron incorporadas en el sistema de respuesta del canal Internet con la creación del Web Center. De tal manera que los ejecutivos que gestionan respuestas a los consumidores, ingresan por Internet, teniendo acceso directo a este set de CTI y respuestas tipo.</p> <p>Este mismo sistema está siendo evaluado para su traspaso en la creación de la nueva Plataforma Tecnológica. Se tiene considerado incorporar en el</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>canal presencial este sistema de gestión de CTI y respuesta tipo lo cual debiera estar en funcionamiento a partir del segundo semestre 2008.</p> <p>Por último, la séptima medida, relacionada con instalar una segunda línea de BACKOFFICE in situ, es decir un grupo de funcionarios SERNAC instalados en las oficinas centrales del Call Center. A contar de septiembre de 2006, se habilita y dispone en el área de plataforma de DTS (empresa que presta el servicio de Outsourcing a SERNAC) la implementación del servicio accesorio para instalar físicamente un Back Office en las oficinas donde actualmente funciona el Front Office del Centro de Contacto Telefónico operado por DTS.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> RECOMENDACIONES CALL CENTER</p> <p>Informe de Campaña "En un solo lugar 2006"</p> <p>Manual del Consumidor</p> <p>Revista del consumidor Noviembre 2007</p> <p>Revista del Consumidor Octubre 2007</p> <p>Cuadro Resumen Anual Actividades Direcciones Regionales</p> <p>Acta de Adjudicación Teléfonos Hot Line</p> <p>Imagen Módulo de Teléfono Hot Line</p> |
|--|--|--|

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>Campaña Difusión SERNACfacilita 2007</p> <p>CONVENIO SISS- SERNAC FINAL CALL CENTER(28.06.06)</p> <p>Convenio_Integracion_Call_SBIF</p> <p>Resolución N° 1106 Aprueba Contrato de Servicio Accesorio al Contrato sobre el Centro de Contacto Telefónico.</p> <p>Recomendaciones Call Center Modificado</p> |
| <p>3. Establecer mecanismos orientados a medir y monitorear de manera permanente y desagregada las distintas etapas asociadas al proceso de gestión de tiempos de respuesta de casos del modelo SIAC. Esto con el objeto de medir si efectivamente se accede en forma expedita y oportuna a la presentación de los requerimientos de consumo por parte de los consumidores y con ello, medir este ámbito de desempeño del Programa: porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido etapa orientación y porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido en etapa mediación.</p> | <p>1. Revisar y concordar con DIPRES matriz de marco lógico e indicadores de desempeño que sirvan de base para evaluar el desempeño del programa y realizar su posterior seguimiento. La matriz debe incorporar indicadores claves asociados a tiempos de respuesta, niveles de registros y volúmenes totales de ingresos de casos según las diferentes plataformas y canales.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2005</p> | <p>A la fecha, el Marco Lógico y los indicadores claves estan acordados entre SERNAC y la contraparte de DIPRES. Las adecuaciones a lo presentado en la etapa inicial del proceso de evaluación están incorporadas en la versión vigente del marco lógico. Entre los principales indicadores se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de atención efectiva de la demanda de atención telefónica (N° de llamadas efectuadas al Call Center efectivamente atendidas/N° de llamadas totales efectuadas al Call Center)x100. - Porcentaje de la población cubierta con plataformas comunales (N° de habitantes cubiertos con platafromas comunales activas/N° de habitantes de la población nacional)x100. <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Marco Lógico del Programa</p> |
| <p>3. Establecer mecanismos orientados a medir y monitorear de manera permanente y desagregada las distintas etapas asociadas al proceso de gestión de tiempos de respuesta de casos del modelo SIAC. Esto con el objeto de medir si efectivamente se accede en forma expedita y oportuna a la</p> | <p>2. Cuantificar indicadores de desempeño incluidos en matriz de marco lógico del programa.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2006</p> | <p>Se cuantificaron los indicadores posibles de medir comprometidos en Matriz de Marco Lógico para el periodo 2005. Entre los principales indicadores se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de atención efectiva de la demanda de atención telefónica (N° de llamadas efectuadas al Call Center efectivamente atendidas/N° de llamadas totales efectuadas al Call Center)x100, el que tuvo un valor de 73,7% para el año 2005. |

| | | |
|---|--|--|
| <p>presentación de los requerimientos de consumo por parte de los consumidores y con ello, medir este ámbito de desempeño del Programa: porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido etapa orientación y porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido en etapa mediación.</p> | | <p>- Porcentaje de la población cubierta con plataformas comunales (N° de habitantes cubiertos con plataformas comunales activas/N° de habitantes de la población nacional)x100, con un valor de 60,1% para el año 2005.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> INDICADORES 2005 MML</p> |
| <p>3. Establecer mecanismos orientados a medir y monitorear de manera permanente y desagregada las distintas etapas asociadas al proceso de gestión de tiempos de respuesta de casos del modelo SIAC. Esto con el objeto de medir si efectivamente se accede en forma expedita y oportuna a la presentación de los requerimientos de consumo por parte de los consumidores y con ello, medir este ámbito de desempeño del Programa: porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido etapa orientación y porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido en etapa mediación.</p> | <p>3. Incorporar los indicadores de desempeño del Programa en el Sistema de Planificación y Control de Gestión (SIG) del SERNAC.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>Se incorporaron los indicadores contenidos en Matriz de Marco Lógico actualizada en base de indicadores a reportar por parte de Unidad de Planificación y Control de Gestión (UPCG). A modo de verificador se adjunta memorando de UPGC indicando tal situación.</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Indicadores MML</p> <p>SIG Sernac</p> |
| <p>3. Establecer mecanismos orientados a medir y monitorear de manera permanente y desagregada las distintas etapas asociadas al proceso de gestión de tiempos de respuesta de casos del modelo SIAC. Esto con el objeto de medir si efectivamente se accede en forma expedita y oportuna a la presentación de los requerimientos de consumo por parte de los consumidores y con ello, medir este</p> | <p>4. Realizar seguimiento a los indicadores incorporados en el SIG, de acuerdo a las metas establecidas por el Servicio. El seguimiento posterior de este compromiso será realizado a través del proceso regular de validación del Sistema de Planificación y Control de Gestión del SERNAC.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>Los indicadores incorporados en el SIG están siendo evaluados trimestralmente durante 2007, siendo monitoreado el nivel de progreso en cada uno, hasta la fecha se han realizado dos evaluaciones correspondientes al primer y segundo trimestre.</p> <p>Informe de seguimiento indicadores SIG 1. Nivel de atención de llamadas recibas en Callcenter: Hay una variación positiva del 0,7% en el nivel de atención de llamadas recibidas en el Callcenter. Se atendió un total de 41.698 llamados por canal telefónico. Se recibieron en total 42.687 llamadas en el</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>ámbito de desempeño del Programa: porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido etapa orientación y porcentaje de cumplimiento de tiempo ofrecido en etapa mediación.</p> | | <p>periodo 2º Trimestre.</p> <p>2. Nivel de servicio de llamadas atendidas en Callcenter: Hay un descenso negativo del 4,9%, respecto al servicio de llamadas atendidas al Callcenter antes de 15 segundos. Sin embargo, se cumple la meta ya que está sobre el 80%.</p> <p>3. Porcentaje de comunas que pertenecen al Plan 80 que registran casos en el SF: Hubo una disminución del 18,7% respecto de la cobertura sobre el primer trimestre.</p> <p>En el primer trimestre hubo 154 (91,7%) plataformas SFM que registraron casos, en cambio en el segundo trimestre sólo 122 (73,0%) plataformas.</p> <p>4. Porcentaje de comunas que tienen acceso al SNP por algunos de los canales habilitados para tal efecto (presencial, internet o callcenter): Solamente una comuna no registró casos. En el segundo trimestre en un 95,0% se cumplió el brindar acceso al SNP, es decir en 328 comunas (de un total de 346) se registraron casos a través de los canales habilitados.</p> <p>5. Variación de registros de casos etapa reclamos por periodo: A pesar de visualizar una variación negativa del 2,4% entre los periodos del primer y segundo trimestre, cabe señalar, que los registros del segundo trimestre en etapa reclamo fueron de 4.399 casos, en cambio, en el primer trimestre fue de 2.583.</p> <p>Por lo tanto, a pesar de existir la variación negativa se manifiesta un ascenso en el registro de casos en los periodos observados.</p> <p>Se adjunta planilla Reporte SIG</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> PLANILLA REPORTE SIG</p> |
| <p>4. Considerar en el corto plazo un proyecto de migración del software</p> | <p>1. Construcción de nueva plataforma tecnológica más abierta y estable</p> | <p>Informe sobre implementación de la nueva plataforma tecnológica para SERNACFacilita</p> |

| | | |
|--|---|---|
| <p>actual que forma parte del SIAC hacia una plataforma de desarrollo más abierta y estándar del mercado. De esta forma, será posible que el software computacional pueda ser puesto en operación en cualquier instalación computacional – propia del SERNAC o externa - que cuente con equipamiento necesario para estos efectos, eliminando la actual dependencia que existe con ENTEL respecto del sistema computacional.</p> | <p>que la actual, que sea migrable y autónoma.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Junio 2007</p> | <p>Introducción.</p> <p>Las fases anteriores de diseño, ajustes, migraciones, levantamientos de requerimientos, importación y exportación de datos , pruebas, tests de cargas, redefiniciones de los diferentes árboles de registro y validación de las características de la nueva plataforma, en sus aspectos fundamentales, concluyeron exitosamente a mas tardar el 30 de agosto.</p> <p>Las fases posteriores están orientadas centralmente al proceso de implementación en cada uno de los canales y productos. El inicio de la implementación es en el mes de agosto de 2008, y el canal seleccionado para ello fue Call Center. Con posterioridad, y una vez realizado los ajustes a errores detectados, se implementó el sistema Windev en el canal Internet. En el mes de octubre, la primera quincena se implementó la plataforma tecnológica en el Web Consulta, y en la segunda quincena del mismo mes, se implementó en el Web Reclamos. Finalmente en el mes de noviembre, la nueva plataforma tecnológica es implementada en el canal Presencial, para la atención de usuarios/as que asisten a las Direcciones Regionales del SERNAC.</p> <p>Durante el mes de diciembre la gestión se focalizó en generar informes con detección de errores en las diferentes plataformas y canales, con el fin de implementar los ajustes necesarios para un mejor desempeño de la plataforma tecnológica. Este proceso fue documentado y esta disponible en el sistema de registro. Finalmente se implementó una guía instructiva que da cuenta de los errores de usuarios/as y mejoras del funcionamiento de la plataforma.</p> <p>Actualmente todas las plataformas regionales y los canales Call y Web Center están adecuadamente funcionando en la nueva plataforma. En el mes de marzo se implementará una primera evaluación de esta plataforma, a nivel de todos los ejecutivos de atención de público en los tres canales de ingreso.</p> <p>Se anexan medios de verificación de implementación de Nueva Plataforma Tecnológica SERNACfacilita WINDEV</p> |
|--|---|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> BASES ADMINISTRATIVAS</p> <p>BASES TECNICAS PARTE 1 A</p> <p>BASES TECNICAS PARTE 1 B</p> <p>Apertura Licitación Nº 1611-5-LP08</p> <p>Resumen del Proceso de Licitación</p> <p>Resolución Adjudicación Nº 1611-5-LP08</p> <p>Proyecto SERNAC Windev, Documento de Diseño.</p> <p>CAPACITACION_APLICACION_WINDEV21-11-2008</p> <p>CAPACITACION_PLATAFORMA_SERNAC_01-21-10-2008</p> <p>CAPACITACION_PLATAFORMA_SERNAC_20-10-2008</p> <p>CAPACITACION_PLATAFORMA_WINDEV16-10-2008</p> <p>CAPACITACION_REPORTERIA_05-09-2008</p> <p>CAPACITACION_SERNAC_VIII_REG2-22-10-2008</p> <p>CAPACITACION_SERNAC_VII_REG_WINDEV4-22-10-2008</p> <p>CAPACITACION_SISTEMA_WINDEV18-11-2008</p> <p>CAPACITACION_SUBTEL_WINDEV12-12-2008</p> <p>CAPACITACION_SUBTEL_WINDEV_14-12-2008</p> <p>CAPACITACION_WINDEV_01-12-2008</p> <p>CAPACITACIÓN_SISTEMA_WINDEV27-11-2008</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>CAPACITACIÓN_WINDEF30-10-2008</p> <p>CAPACITACIÓN_WINDEV_02-11-2008</p> <p>EVALUACIÓN_CAPACITACIÓN_WINDEV_20-08-2008</p> <p>INGRESOS_CASOS_WINDEV_29-10-2008</p> <p>MTT_22-12-2008</p> <p>PRESENTACION_PLATAFORMA_WINDEV2-27-10-2008</p> <p>PRESENTACIÓN_PLATAFORMA_TECNOLOGICA28-10-2008</p> <p>REPORTERIA_WINDEV_2-05-09-2008</p> <p>REUNION_CAPACIOTACION_MAGALLANES24-10-2008</p> <p>REUNION_CAPACITACIÓN_AYSEN_1-22-10-2008</p> <p>REUNIÓN_CAPACITACIÓN_LOS_LAGOS21-10-2008</p> <p>Acta de Termino etapa de Proyecto</p> <p>Informe errores encontrados en la Aplicación Windev_30.09.08</p> <p>MANUAL-SERNACWD_1.0</p> <p>Solicitud SUBTEL</p> <p>Solicitud DTS</p> <p>Minuta_de_Reunión_01-04-2008</p> <p>Minuta_de_Reunión_02-04-2008</p> <p>Minuta_de_Reunión_03-04-2008%20(1)</p> <p>Minuta_de_Reunión_03-04-2008%20(2)</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>Minuta_de_Reunión_10-04-2008</p> <p>Minuta_de_Reunión_24-03-2008</p> <p>Minuta_de_Reunión_25-03-2008</p> <p>Minuta_de_Reunión_27-03-2008</p> <p>pantallas de casos tramitados</p> |
| <p>4. Considerar en el corto plazo un proyecto de migración del software actual que forma parte del SIAC hacia una plataforma de desarrollo más abierta y estándar del mercado. De esta forma, será posible que el software computacional pueda ser puesto en operación en cualquier instalación computacional - propia del SERNAC o externa - que cuente con equipamiento necesario para estos efectos, eliminando la actual dependencia que existe con ENTEL respecto del sistema computacional.</p> | <p>2. Elaborar Carta Gantt del proyecto que identifique en forma precisa las tareas y plazos pendientes para que finalice el proyecto.</p> <p><u>Fecha de Vencimiento:</u> Diciembre 2006</p> | <p>A partir del desarrollo alcanzado por los componentes del programa SERNACfacilita, hemos diseñado una planificación para cada componente (accesibilidad territorial, sistema SERNACfacilita , programa de difusión) que permita incorporarlo en forma permanente a la gestión anual del servicio. Para este efecto se han considerado las variables presupuestarias, planificación anual y políticas de relacionamiento (municipios, gobernaciones, superintendencias y otros servicios públicos. Se adjunta carta gantt y documento explicativo de los tres componentes</p> <p><u>Calificación:</u> Cumplido</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> COMPONENTES SF CARTA GANTT2 revpp060307.doc</p> <p>fin proyecto.mpp</p> |