

I. PERFIL DE SELECCIÓN

Fecha de aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 18-08-2015

Representante del Consejo de Alta Dirección Pública: Sra. Catalina Bau

<p style="text-align: center;">DIRECTOR/A REGIONAL DE TARAPACÁ SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR – SERNAC</p>
--

1. REQUISITOS LEGALES

Alternativamente:

a) Título profesional de una carrera de, a lo menos, 10 semestres de duración, otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente y acreditar una experiencia profesional no inferior a cuatro años. Los años de experiencia requeridos serán de dos años en el caso de poseer un grado académico de Magíster o Doctor.

b) Título profesional de una carrera de, a lo menos, 8 semestres de duración, otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente y acreditar una experiencia profesional no inferior a cinco años. Los años de experiencia requeridos serán de tres años en el caso de poseer un grado académico de Magíster o Doctor.

Fuente Legal: Artículo Primero, del DFL N° 1, de 27 de noviembre de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

2. FACTOR PROBIDAD

Capacidad para conducirse conforme a parámetros de probidad en la gestión de lo público, e identificar conductas o situaciones que pueden atentar contra tales parámetros. Capacidad para identificar y aplicar estrategias que permitan fortalecer estándares de transparencia y probidad en su gestión y métodos de trabajo idóneos para favorecerlas.

3. ATRIBUTOS PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

DESCRIPCIÓN	PONDERADOR
A1. VISIÓN ESTRATÉGICA	10%
A2. GESTIÓN Y LOGRO	20%
A3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES	20%
A4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS	15%
A5. LIDERAZGO	15%
A6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD	10%
A7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS	10%

DICCIONARIO DE ATRIBUTOS

1. VISIÓN ESTRATÉGICA

Capacidad para detectar y comprender las señales sociales, económicas, tecnológicas, culturales, de política pública y políticas del entorno local y global, específicamente aquellas relativas a los derechos de los consumidores, e incorporarlas de manera coherente a la estrategia institucional.

2. GESTIÓN Y LOGRO

Capacidad para orientarse al logro de los objetivos, seleccionando y formando personas, delegando, generando directrices, planificando, diseñando, analizando información, movilizándolo recursos organizacionales, controlando la gestión, sopesando riesgos e integrando las actividades de manera de lograr la eficacia, eficiencia y calidad en el cumplimiento de la misión y funciones de la organización.

Se valorará contar con al menos 3 años de experiencia en cargos directivos, jefatura y/o gerencia.

3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES

Capacidad para identificar a los actores involucrados (stakeholders) y generar las alianzas estratégicas necesarias para agregar valor a su gestión y/o para lograr nuevos resultados interinstitucionales, así como gestionar las variables y relaciones del entorno que le proporcionan legitimidad en sus funciones. Capacidad para comunicar oportuna y efectivamente lo necesario para facilitar su gestión institucional y responder oportunamente ante situaciones críticas.

Habilidad para manejarse y expresarse fluidamente en diferentes escenarios, representando a la institución y transmitiendo adecuadamente las políticas públicas que se le ha encomendado gestionar.

4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS

Capacidad para identificar y administrar situaciones de presión, contingencia y conflictos y, al mismo tiempo, crear soluciones estratégicas, oportunas y adecuadas al marco del quehacer del Servicio Nacional del Consumidor.

5. LIDERAZGO

Capacidad para generar compromiso de los funcionarios/as para el logro de los objetivos y desafíos establecidos por la autoridad superior de la Institución. Capacidad para asegurar una adecuada conducción de personas, desarrollar el talento, lograr y mantener un clima organizacional armónico y desafiante, fomentando en su equipo una gestión de excelencia.

Habilidad para dirigir y gestionar a su equipo de trabajo, procurando fortalecer las relaciones, instancias de coordinación y comunicación eficiente entre sus miembros, para dar cumplimiento a las metas propuestas para la dirección.

6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD

Capacidad para transformar en oportunidades las limitaciones y complejidades del contexto e incorporar en los planes, procedimientos y metodologías, nuevas prácticas tomando riesgos calculados que permitan generar soluciones, promover procesos de cambio e incrementar resultados.

7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS

Es altamente deseable poseer experiencia en materias de administración y gestión de organizaciones en un nivel apropiado para las necesidades específicas del cargo.

Adicionalmente, se valorará tener experiencia en materias de protección de los derechos de los consumidores, comportamiento del consumidor, libre competencia, comportamiento del mercado, políticas públicas, gestión de calidad y/o modelos de excelencia e innovación.

II. DESCRIPCIÓN DE CARGO

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nivel Jerárquico	II Nivel Jerárquico
Servicio	Servicio Nacional del Consumidor – SERNAC
Dependencia	Director/a Nacional
Ministerio	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Lugar de Desempeño	Iquique

2. PROPÓSITO DEL CARGO

MISIÓN

Al Director/a Regional le corresponderá velar por la correcta y oportuna entrega de información, educación y protección de los derechos de los consumidores en su región, con el fin de contribuir al desarrollo y transparencia de los actores involucrados, dando cumplimiento a las políticas y lineamientos estratégicos institucionales.

FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Al asumir el cargo de Director/a Regional, le corresponderá desempeñar las siguientes funciones:

- a) Representar a la Dirección Nacional en la región, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección al consumidor en su región.
- b) Consolidar el proyecto en el marco del Modelo de Atención al Consumidor (MAC) a nivel regional, considerando para ello la gestión de nuevos, más y mejores espacios de atención, el cumplimiento de los estándares institucionales y la correcta planificación y administración de Sernac en tu Barrio (Sernac Móvil).
- c) Asegurar un proceso de mejora continua de la Dirección Regional, orientado a hacer más eficiente su gestión en la entrega oportuna de las prestaciones de servicios, velando por el cumplimiento de las metas institucionales, considerando en ello la mantención de un adecuado clima laboral.
- d) Implementar y gestionar acciones proactivas, en resguardo del interés general, colectivo e individual, en cumplimiento de la Ley del Consumidor en su región.
- e) Implementar en su región, las estrategias de educación y promoción del respeto de los derechos y deberes de los consumidores, con énfasis en el programa de educación financiera.

- f) Favorecer el desarrollo local de asociaciones de consumidores o de organizaciones del mundo civil que promuevan la protección de los consumidores.
- g) Monitorear, a nivel de su región, el mercado y el cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales; y aquellas referentes a la seguridad en el consumo, de manera de prevenir abusos en cuanto a derechos de los consumidores y generando información destinada a la transparencia y confianza en los mercados.
- h) Retroalimentar la política y estrategia nacional de protección al consumidor a partir de las particularidades del territorio.

DESAFÍOS DEL CARGO DESAFÍOS Y LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL CONVENIO DE DESEMPEÑO

DESAFIOS DEL CARGO	LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL CONVENIO
<p>1. Gestionar a nivel de su Región el fortalecimiento de la institucionalidad y legislación vigente mediante acciones que permitan defender los derechos de los consumidores.</p>	<p>1.1 Implementar a nivel regional el plan estratégico definido para concretar los desafíos legislativos e institucionales que enfrentará el Servicio.</p> <p>1.2 Proponer a la Dirección Nacional, a partir de las particularidades del territorio y la región, nuevos mecanismos para generar una coordinación con organismos públicos Regionales con facultades fiscalizadoras con la finalidad de solucionar conflictos entre normas sectoriales y de protección al consumidor.</p> <p>1.3 Reforzar la presencia SERNAC en el territorio, particularmente a través de convenios con municipios, tendientes a la resolución de conflictos de consumo a nivel local y a la incorporación del rol de municipios en la materia.</p>
<p>2. Agilizar el proceso de mediaciones colectivas como herramienta en la resolución de conflictos en beneficio de los consumidores de su Región.</p>	<p>2.1 Implementar en su región las acciones de mejora definidas para el proceso de mediaciones colectivas, respecto a su eficiencia y oportunidad en la resolución de conflictos, considerando la normativa vigente.</p>

	2.2 Optimizar los plazos que involucran los procesos de mediaciones colectivas de su región.
3. Retroalimentar la política y estrategia nacional de protección al consumidor a partir de las particularidades del territorio.	<p>3.1 Monitorear permanentemente los mercados regionales develando brechas y oportunidades de mejora en la relación de éstos con los consumidores.</p> <p>3.2 Reforzar la oferta (productos y servicios) SERNAC en el territorio, considerando las particularidades de los consumidores locales.</p>
4. Gestionar adecuadamente los recursos financieros, humanos y físicos de acuerdo a las orientaciones institucionales.	<p>4.1 Cautelar el uso de los recursos financieros y físicos de acuerdo a la normativa vigente en la región.</p> <p>4.2 Mantener una adecuada relación con los/as funcionarios/as velando por el cumplimiento de las metas institucionales.</p>

3. ORGANIZACIÓN Y ENTORNO DEL CARGO

CONTEXTO DEL CARGO

El Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), fue creado el 24 de febrero de 1990 mediante la Ley N° 18.959, y es un organismo público descentralizado en sus funciones y desconcentrado territorialmente. Inicialmente, la institución asumió como parte de sus funciones la mediación en los conflictos entre consumidores y proveedores, a pesar de no estar expresamente consagrado en ningún texto legal. Luego, con la promulgación de la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se reconoció expresamente la atribución de la institución para mediar en los conflictos de consumo y se establecieron los derechos y deberes de los consumidores.

La Ley 20.555 a su vez incorporó nuevos derechos al consumidor financiero y nuevas obligaciones a los proveedores de éstos servicios, creó la División de Consumo Financiero, con profesionales especializados en el área a fin de velar por el respeto de nuevas obligaciones de los proveedores financieros en cada una de las Direcciones Regionales y en el Nivel Central, otorgó calidad de ministros de fe a algunos funcionarios del Servicio e incorporó nuevas atribuciones para solicitar información a los proveedores.

Continuando con los logros alcanzados en materia de protección del derecho del consumidor, en esta nueva etapa de fortalecimiento institucional el Servicio Nacional del Consumidor deberá adquirir atribuciones reales y efectivas para poder defender los derechos de los consumidores. Entre las primeras medidas gubernamentales está el envío de un proyecto de ley al Congreso que busca precisamente fortalecer a la institución en esta materia.

Sus objetivos estratégicos son:

1. Mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados a través de su vigilancia, el desarrollo de estudios e investigaciones, la difusión de información y la acción coordinada con la Institucionalidad respectiva, particularmente en los mercados donde se detectan prácticas especialmente lesivas a los consumidores y/o los que presenten mayores fallas y distorsiones.
2. Fortalecer una cultura activa de consumo responsable y de protección de los derechos de los consumidores, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables.
3. Mejorar el estándar de protección de los consumidores a través del proyecto de fortalecimiento de SERNAC y sus modificaciones legales, así como del reforzamiento de las actuales acciones institucionales, su penetración en nuevos mercados y temas de consumo, y la configuración de un Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
4. Fortalecer la participación ciudadana con foco en el rol e impacto de los consumidores ciudadanos en los incentivos del mercado y la profesionalización y especialización de las asociaciones de consumidores.
5. Consolidar una Gestión de Excelencia que permita encauzar de manera fluida y positiva los procesos de cambio, innovación y fortalecimiento institucional, con equipos altamente especializados, colaborativos y comprometidos con un adecuado ambiente laboral.

De esta manera, y en el marco de la modernización del Estado y de una economía abierta, globalizada y altamente competitiva, el Servicio Nacional del Consumidor se constituye como el organismo público, que tiene el desafío de proteger los derechos de los consumidores, de acuerdo a la legislación nacional, estimulando a éstos a tomar decisiones conscientes, autónomas, críticas y responsables en sus actos de consumo; desarrollando programas de educación que entreguen la información necesaria para ser un consumidor informado; y procurando una relación igualitaria entre proveedores y consumidores.

Es importante señalar que en el marco de la incorporación de nuestro país a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el SERNAC debió desarrollar programas de trabajo que mejoran los estándares de protección al consumidor en los ámbitos de seguridad de productos, crédito y educación financiera y comercio electrónico. También se deberá avanzar en el trabajo de relacionamiento con otras instituciones y proveedores, de forma de asegurar la eficiencia de la protección de los consumidores.

La Dirección Regional realiza levantamientos periódicos de los precios de una serie de productos, algunos de los cuales se transforman en estudios. Estos son difundidos tanto a nivel nacional como regional. El Director Regional realiza la vocería de los principales resultados obtenidos y de igual manera de las sentencias o principales noticias con la finalidad de mejorar la transparencia de los mercados regionales. También deberá realizar el despliegue de las campañas comunicacionales en la región. En el ámbito de la educación, deberá realizar actividades educativas presenciales a establecimientos educacionales, junta de vecinos y otros organismos, además de monitorear mediante tutorías, los cursos que dicta el Servicio mediante aula virtual o programas específicos, todo lo anterior para fortalecer una cultura de consumo responsable. En cuanto a la protección deberá gestionar las mediaciones, procedimientos extrajudiciales, juicios de interés general y colectivos fundados en infracciones a la ley de protección del consumidor de cobertura regional. Articular la red de atención presencial bajo el Modelo de Atención al Consumidor (MAC), para asegurar la atención de los consumidores en todas las comunas de la región. Para la articulación de la red, deberá firmar y mantener convenios con Municipalidades, Bibliotecas, Chileatiende entre los principales, asegurando su funcionamiento y capacitaciones de acuerdo a los estándares de atención definidos por la Institución. Con la entrada en vigor de la Ley 20.555 se incorporó la función de Ministro de Fe, la cual deberá ser desempeñada por el Director/a Regional.

La Región de Tarapacá está dividida administrativamente en 2 provincias, 7 comunas y cuenta con 11 Juzgados de policía Locales y 1 Corte de Apelaciones.

En la Dirección Regional de Tarapacá, a partir de los reclamos recibidos durante el último año destacan los siguientes mercados: Locales comerciales, Telecomunicaciones, Financieros, Transportes y Seguros.

Para promover la participación ciudadana, la Dirección Regional deberá sostener reuniones periódicas con las Asociaciones de Consumidores o con agrupaciones de la sociedad civil de la región relacionadas a la protección de los consumidores, monitorear los proyectos adjudicados del Fondo Concursable, además de realizar otras instancias regionales, como Cuentas Públicas Participativas y generación de actividades que en definitiva contribuyan a la cohesión social.

Cabe señalar que los siguientes cargos del Servicio Nacional del Consumidor, están adscritos al Sistema de Alta Dirección Pública:

- Director/a Nacional;
- Jefe/a División Jurídica;
- Jefe/a División Consumo Financiero; y,
- Directores/as Regionales (14), a excepción del Director Regional Metropolitano.

BIENES Y/O SERVICIOS

Los principales productos y/o servicios de la Dirección Regional, relacionados con los objetivos estratégicos son los siguientes:

a) Información de Mercado y Consumo:

- La vocería regional de toda la información generada en el Sernac que involucre a su territorio.
- La generación de Productos para la prensa en materia regional.
- El despliegue del Material impreso y audiovisual en su región.
- Levantamiento de precios o estudios en la Dirección Regional.

b) Orientación, asesoría jurídica y protección:

- Suscripción e implementación de los Convenios con municipalidades gestionados para el despliegue de una red territorial de atención en comunas (Plataforma de Atención de Público según el Modelo de Atención al Consumidor (MAC)).
- Plataforma de atención presencial de los consumidores en su región funcionando.
- Reclamos tramitados, ya sea a través de la mediación entre proveedor y consumidor (individual y/o colectivo) para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre consumidor-proveedor o, mediante asesoría jurídica, presentación de denuncias y defensa en Juzgados de Policía Local y Civiles.
- Defensa de intereses colectivos y difusos, que afectan a los consumidores, detectadas en la región.
- Protección del Consumidor Financiero, en base a lo establecido en la Ley 20.555.
- Programa Sernac en tu Barrio (Sernac Móvil).

c) Educación para el Consumo Responsable:

- Programa de Información Educativa a Distancia (Curso tradicional a distancia para profesores) y aplicaciones audiovisuales de material educativo para escuelas (CDs interactivos, videos, cápsulas televisivas).
- Programa de Información Educativa Presencial: charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos.
- Programa de Educación Financiera.

d) Iniciativas de Apoyo para la Participación Ciudadana:

- Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores.

- Mesas de trabajo de coordinación territorial con organizaciones de la Sociedad Civil Organizada y Asociaciones de Consumidores de la región.
- Cuentas Públicas participativas.

EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo de la Dirección Regional está compuesto por 6 personas:

- 1 Abogado/a, encargado de gestionar y tramitar mediaciones, juicios de interés general, colectivos y otros en los que el SERNAC determine hacerse parte, resguardando los criterios institucionales de acuerdo a los procedimientos e instrucciones establecidas. Asegurar el control de los actos administrativos del Servicio y gestionar los procesos jurídico-administrativos, según requerimientos, planificación establecida y normativa vigente. Además, ejecutar e implementar los criterios internos de tipo jurídico administrativo, elaborar informes jurídicos y responder a los requerimientos jurídicos de los departamentos del Servicio. Monitorear las probables materias denunciables y estado de juicios, capacitar a funcionarios y otros actores en ámbitos de la LPC y sus modificaciones.
- 2 Profesionales de Apoyo, responsables de planificar, organizar, coordinar y ejecutar las actividades de difusión, estudios, educación, seguridad de productos, participación ciudadana y formación a: Plataforma de Atención de Público de la Dirección Regional y Plataformas Municipales; Consumidores agrupados en organizaciones sociales, vecinales, gremiales, culturales, y a aquellas instituciones relacionadas con educación formalizada y no formalizada. Participa en el control de gestión de su área y de la Dirección Regional, así como de los diversos proyectos institucionales.
- 1 Soporte Administrativo a cargo de gestionar las actividades relacionadas con el funcionamiento administrativo y financiero, oficina de partes y secretaría de la Dirección Regional, según requerimientos y lineamientos Institucionales.
- 2 Ejecutivos/as de atención de público, a cargo de gestionar los reclamos ingresados a la Dirección Regional, de manera presencial, vía telefónica o por medio de las derivaciones efectuadas por el Web Center en casos especiales, según estándares y protocolo establecido.

CLIENTES INTERNOS

El/La Director/a Regional del Servicio tiene una relación directa con el/La Director/a Nacional a fin de establecer una coordinación constante que le permita asegurar un accionar alineado a las políticas y estándares institucionales, y con los departamentos centrales que solicitan información, brindan apoyo y soporte administrativo. Depende funcionalmente del Subdirector/a nacional y se relaciona operativamente con él a través del Coordinador Regional.

CLIENTES EXTERNOS

Los clientes externos del Servicio Nacional del Consumidor son los siguientes:

- Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.
- Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.
- Proveedores de la región.
- Municipios, autoridades regionales y locales (Intendente, Gobernadores, Seremis, alcaldes), manteniendo la misión de asegurar un trabajo coordinado en pro del cumplimiento de las metas de la Dirección Nacional y del Gobierno Regional.
- El Servicio también se relaciona con los tribunales de justicia que deben resolver las denuncias por infracciones a la ley de protección de los derechos de los consumidores sometidas a su consideración.
- Público perteneciente a la educación formal (profesores de educación básica, media y parvulario y sus alumnos) y público en general.
- Distintos grupos de colaboradores estratégicos regionales: personas o instituciones, organizaciones sociales y sociedad civil organizada.

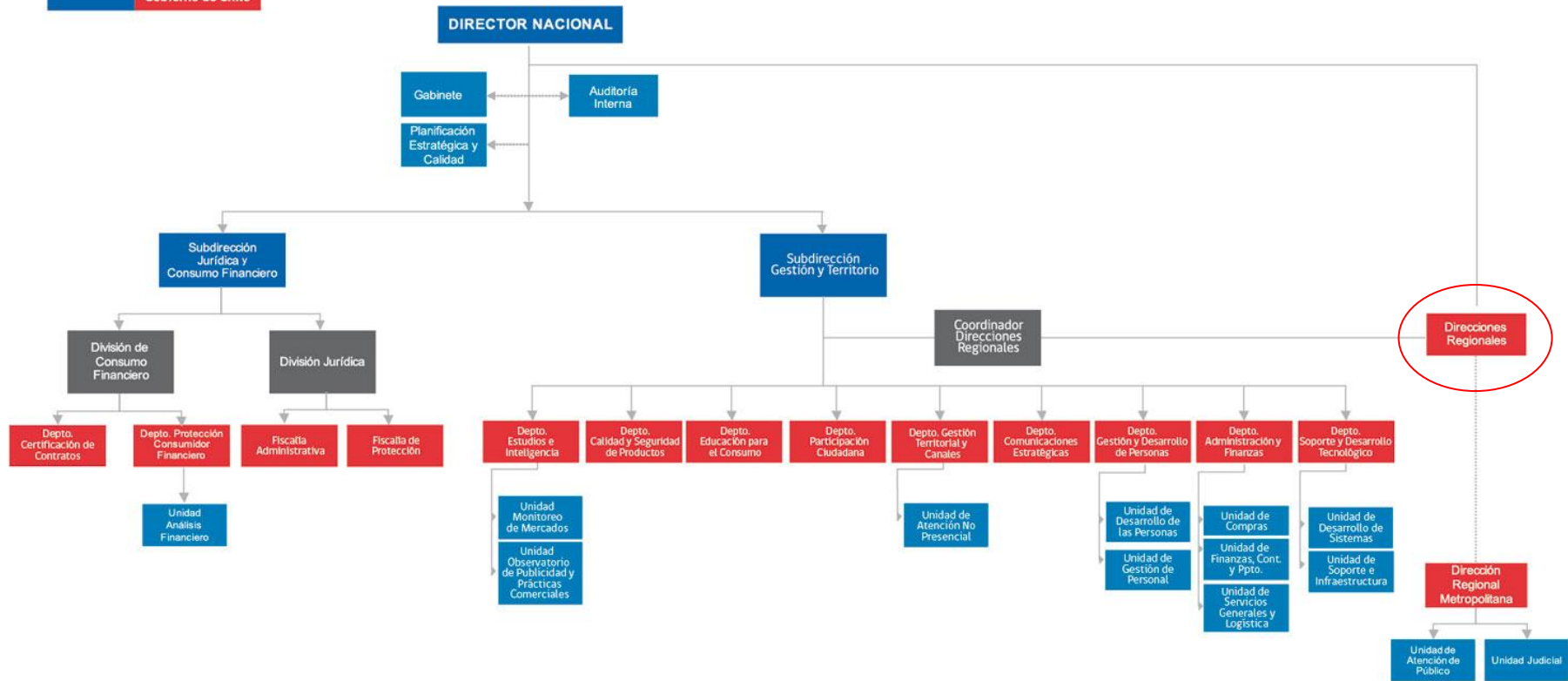
DIMENSIONES DEL CARGO

Nº Personas que dependen directamente del cargo	6
Dotación Total del Servicio	296
Personal honorarios del Servicio	33
Presupuesto regional*	\$22.708.000
Presupuesto del Servicio**	\$9.877.290.000

*No incluye presupuesto correspondiente al subítem 21, presupuesto administrado desde el nivel central

** Ley de Presupuestos del Sector Público año 2015

ORGANIGRAMA



Organigrama funcional del servicio modificado por resolución exenta n° 0963 del 27/08/2014

RENTA El cargo corresponde a un grado **8°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **25%**. Incluye las asignaciones de modernización, zona y bonificación especial para zonas extremas. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$2.445.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignación de modernización y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignación de modernización, que se detalla a continuación:

Procedencia	Detalle Meses	Sub Total Renta Bruta	Asignación Alta Dirección Pública 25%	Total Renta Bruta	Total Remuneración Líquida Aproximada
Funcionarios del Servicio*	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$1.956.588.-	\$489.147.-	\$2.445.735.-	\$ 2.014.833.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$3.463.979.-	\$865.995.-	\$4.329.974.-	\$ 3.703.049.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio					\$2.578.000.-
No Funcionarios**	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$1.947.382.-	\$486.845.-	\$2.434.227.-	\$2.004.246.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$3.113.213.-	\$778.303.-	\$3.891.516.-	\$3.325.049.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio					\$ 2.445.000.-

***Funcionarios del Servicio:** Se refiere a los postulantes que provienen del mismo Servicio.

****No Funcionario:** Se refiere a los postulantes que no provienen del mismo Servicio.

*****La asignación de modernización** constituye una bonificación que considera un 15% de componente base, hasta un 7,6% por desempeño institucional y hasta un 8% por desempeño colectivo. Esta última asignación se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio (ley 19.553, ley 19.882 y ley 20.212).

El no cumplimiento de las metas establecidas en el convenio de desempeño, que debe suscribir el alto directivo público, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

La Renta detallada podría tener un incremento de hasta un 10% por redefinición del porcentaje de asignación de alta dirección pública.

4. CONDICIONES DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PÚBLICOS

- Los nombramientos productos de los concursos públicos, abiertos y de amplia difusión, regulados en el Título VI de la Ley N° 19.882, tienen una duración de tres años y pueden ser renovados por la autoridad competente, esto es, aquella facultada para decidir el nombramiento, hasta dos veces, por igual plazo.
- El nombramiento es a través del Sistema de Alta Dirección Pública y para efectos de remoción se entenderán como cargos de exclusiva confianza. Esto significa que se trata de cargos de provisión reglada a través de concursos públicos, pero las personas así nombradas permanecerán en sus cargos en tanto cuenten con la confianza de la autoridad facultada para decidir el nombramiento.
- Los altos directivos públicos nombrados en los cargos deberán responder por la gestión eficaz y eficiente de sus funciones en el marco de las políticas públicas.
- Los altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva.
- La calidad de funcionario directivo del Servicio será incompatible con el desempeño de cualquier otra actividad remunerada en el sector público o privado, a excepción de labores docentes o académicas, siempre y cuando éstas no superen las 12 horas semanales.
- El alto directivo público nombrado contará con un plazo máximo de tres meses desde su nombramiento para suscribir un convenio de desempeño con el jefe superior del servicio. El convenio será propuesto por dicha autoridad dentro de los cinco días siguientes al nombramiento.
- El alto directivo público deberá informar anualmente a su superior jerárquico, del grado de cumplimiento de las metas y objetivos comprometidos en su convenio. El no cumplimiento de las metas convenidas, tendrá efectos en la remuneración del directivo en el año de gestión siguiente.
- Para la renovación en el cargo por un nuevo período se tendrá en consideración, entre otros, las evaluaciones disponibles del alto directivo, especialmente aquellas relativas al cumplimiento de los acuerdos de desempeño suscritos.
- El alto directivo público tendrá derecho a gozar de una indemnización equivalente al total de las remuneraciones devengadas en el último mes, por cada año de servicio en la institución, con un máximo de seis.
- La indemnización se otorgará en el caso que el cese de funciones se produzca por petición de renuncia, antes de concluir el plazo de nombramiento o de su renovación, y no concurra una causal derivada de su responsabilidad administrativa, civil o penal, o cuando dicho cese se produzca por el término del periodo de nombramiento sin que este sea renovado.