

FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2015-2018
(Formulario A1)

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPÍTULO	02

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas. Ley de Planta del SERNAC, Decreto con Fuerza de Ley N° 8-18.834 de 1990. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4º, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor".

Misión Institucional

Informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, mediante un marco técnico de eficacia, eficiencia y transparencia de la acción institucional y de los mercados, y del rol responsable, activo y participativo de cada uno de sus actores.

Objetivos Relevantes del Ministerio

Número	Descripción
1	Acelerar el crecimiento económico y la productividad del país de manera sostenida a través del fomento a la ciencia, tecnología, innovación y apoyo al emprendimiento
13	Relevar el rol activo del SERNAC en la protección de los intereses individuales de todos los consumidores
14	Fortalecer a la Sociedad Civil, para que tengan la capacidad real de cumplir con su rol como consumidores, en forma independiente del Gobierno y del sector privado, además de dotar a las Asociaciones de Consumidores de las facultades que les permitan cumplir de mejor forma su misión de proteger, informar y educar a los consumidores.
15	Evaluar aquellos mercados que presentan fallas persistentes o que sufren el impacto de regulaciones en la competencia, a través del fortalecimiento de la Fiscalía Nacional Económica (FNE).

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
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.	1, 13, 15	1
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.	13, 14	2,3,4
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.	1, 13, 14, 15	1,2,3,4
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.	13, 14	4
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.	1, 13, 14, 15	1,2,3,4

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información de Mercado y Consumo.	Estudios: Levantar y analizar información calificada para la generación de estudios, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, a contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y a responder a necesidades específicas del quehacer del SERNAC. Información y Difusión: Informar a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo y el quehacer institucional del SERNAC, mediante la gestión de la estratégica comunicacional del Servicio, la administración de la imagen y el discurso público institucional, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas.	1, 3, 4.	Si	Si

2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar e informar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC. Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre prejudicial entre las partes. Protección de intereses generales, colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a trasgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores. Gestión de solicitudes de Información (Transparencia Activa y Transparencia Pasiva): Instrumentos relacionados con el cumplimiento de la Ley 20.285. Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa): Instrumento de retroalimentación de la gestión de SERNAC. Implementación Ley 20.555: Implementar la regulación en materia de consumo financiero establecida en la Ley 20.555.	2, 4.	Si	Si
3	Educación para el Consumo Responsable.	Programa de Educación para el Consumo en la Educación Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la comunidad escolar considerando perspectiva territorial y enfoque de género. Programa de Educación para el Consumo en la Educación No Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la ciudadanía en general.	1, 3, 4.	Si	Si
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	Espacios de participación ciudadana que contribuyan a la cohesión social: Generación de espacios de participación ciudadana en consumo para hombres y mujeres, tanto a nivel nacional como regional, que contribuyen a la implementación de la Ley N° 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores: Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para AdC's. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC's. Responsabilidad Social En Consumo: Contribuir al desarrollo de políticas institucionales de Responsabilidad Social en Consumo en y entre los actores del SNPC, a través de la promoción de las buenas prácticas en los mercados en que cada uno de estos actores interviene.	2, 4.	Si	Si

	Clientes	Cuantificación
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	18006407
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.	18006407
3	Público segmentado por área de Educación Formal y No formal.	9730334
4	Distintos grupos de organizaciones; asociaciones de consumidores, ONG vinculadas a materias de consumo y proveedores organizados.	3334