

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

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	FISCALIA NACIONAL ECONOMICA	CAPÍTULO	08

Ley orgánica o Decreto que la rige

La Fiscalía Nacional Económica se rige por el D.F.L. N° 1, de 2005 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del D.L. N° 211, de 1973. Ley N° 20.361 del 13 de julio de 2009, que modificó el Decreto con Fuerza de Ley N°1 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción del año 2005, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado del decreto ley N° 211, sobre Defensa de la Libre Competencia.

Misión Institucional

Defender y promover la libre competencia actuando en representación del interés público como organismo especializado, para evitar que agentes con poder de mercado atenten individual o conjuntamente contra la libertad económica, procurando así el mayor bienestar general de la sociedad.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Número	Descripción
13	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	Desarrollar investigaciones eficientes, de alta calidad técnica, mediante procesos internos que se transformen en acciones útiles y efectivas para hacer más eficaz la labor de la Fiscalía Nacional Económica.	13	1,2,3
2	Implementar prácticas de detección, disuasión y persecución de carteles, a fin de promover que los consumidores y agentes económicos se beneficien de mercados más competitivos.	13	1,2,3
3	Promover y desarrollar actividades para interceder preventivamente ante entidades públicas y privadas, para que tanto las autoridades como los agentes económicos y gremiales, internalicen el concepto de competencia.	13	1,2,3
4	Fortalecer la participación activa en instancias internacionales y nacionales de libre competencia que permitan intercambiar prácticas, experiencias y cooperación recíproca.	13	2,3

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Acciones de libre competencia derivadas de investigaciones.	Este producto contiene las acciones relevantes de la FNE que se entregan como resultado del proceso central de investigaciones considerando el marco jurídico y económico vigente. Se compone por los siguientes subproductos: Requerimientos y Consultas presentadas al TDLC, Conciliaciones, Acuerdos Extrajudiciales, Resoluciones de cierre de investigaciones por disuasión de conducta, Resoluciones de cierre con entrega de recomendaciones específicas e Informes al TDLC a solicitud de este organismos. Los subproductos, corresponden a diferente líneas de trabajo dependiendo de lo que amerite el resultado del proceso investigativo, considerando desde la solicitud de sanción hasta la prevención. En todos los casos se busca la disuasión y cambio de la conducta anticompetitiva.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 17, 18.	No	No
2	Acciones de promoción activa y difusión de la libre competencia (Política de Advocacy).	Considera las actividades efectuadas por la FNE que tienen por finalidad dar a conocer los beneficios de la libre competencia en diversos niveles, adecuar la normativa a principios procompetitivos e instruir a las autoridades y agentes económicos. Su objetivo es prevenir conductas anticompetitivas de los agentes económicos.	2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.	No	No
3	Actividades de representación del país en el extranjero en materia de libre competencia que apoyan la difusión y promoción.	Considera las actividades realizadas por la FNE en instancias internacionales especializadas, a fin de acceder a las mejores prácticas y conocimientos, posicionar al país y compartir con las agencias extranjeras las experiencias y aprendizajes.	2, 18.	No	No

	Clientes	Cuantificación
1	Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.	1
2	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.	1
3	Ministerio Público	1
4	Poder Judicial.	2
5	Poder Legislativo.	2
6	Contraloría General de la República.	1
7	Servicio Nacional del Consumidor.	1
8	Empresas Privadas.	744
9	Empresas Públicas.	26
10	Municipalidades.	345
11	Entidades públicas y privadas que reciben capacitación del rol de la FNE en forma directa como parte de la promoción y difusión.	17
12	Instituciones y organismos con los que la FNE ha suscrito convenios de acuerdo y colaboración.	9
13	Asociaciones Gremiales.	3916
14	Asociaciones de Consumidores.	61
15	Abogados.	40
16	Académicos y estudiantes.	35
17	Consumidores.	16928873
18	Agencias y organismos internacionales en materia de libre competencia.	47

	Producto Estratégico	Presupuesto 2017	
		(Miles de \$)	%
1	Acciones de libre competencia derivadas de investigaciones.	4,400,124	64.60%
2	Acciones de promoción activa y difusión de la libre competencia (Política de Advocacy).	653,884	9.60%
3	Actividades de representación del país en el extranjero en materia de libre competencia que apoyan la difusión y promoción.	395,023	5.80%