

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2012-2014  
(Formulario A1)**

|                   |   |                 |    |
|-------------------|---|-----------------|----|
| <b>MINISTERIO</b> | MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO | <b>PARTIDA</b>  | 07 |
| <b>SERVICIO</b>   | FISCALIA NACIONAL ECONOMICA               | <b>CAPÍTULO</b> | 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 Relevantes del Ministerio**

| Número | Descripción  |
|--------|--|
| 1      | Expandir en un 6% promedio el PIB durante el período de gobierno (Discurso 21 de Mayo 2010).   |
| 2      | Aumentar la inversión, llevándola desde el 21% como porcentaje del PIB en 2009, a 28% al fin del período de gobierno (Discurso 21 de Mayo 2010). |
| 3      | Acelerar la productividad (Misión institucional).  |
| 4      | Mejorar la competitividad del sector empresarial y en particular de las empresas de menor tamaño (Cuenta Pública Sectorial 2011).                |
| 5      | Promover un mejor entorno de negocios y reducir la carga administrativa que enfrentan las empresas (Cuenta Pública Sectorial 2011).              |
| 6      | Generar condiciones que faciliten y promuevan la innovación y el emprendimiento (Cuenta Pública Sectorial 2011).                                 |
| 7      | Promover una mayor competencia en los mercados (Cuenta Pública Sectorial 2011).  |

**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.         | 1, 3, 4, 6, 7                                  | 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.  | 2, 3, 4, 6, 7                                  | 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. | 3, 4, 5, 6, 7                                  | 1,2,3                             |
| 4      | Fortalecer la participación activa en instancias internacionales y nacionales de libre competencia que permitan intercambiar prácticas, experiencias y cooperación recíproca.   | 3, 4, 6, 7                                     | 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 que ejecuta la Institución a partir del proceso central de investigaciones, tales como requerimientos y consultas presentadas al TDLC, avenimientos, acuerdos extrajudiciales y resoluciones de cierre de investigaciones que se producen entre otros con motivo de disuasión o cambio de conducta. Cabe señalar que se distinguen dentro de todas estas acciones tanto aquellas que apuntan a denunciar a un agente económico para sanción ante el TDLC, como aquellas que buscan la disuasión y cambio de la conducta anticompetitiva por parte de este. Las acciones de investigación se producen a partir de Oficio por parte del Fiscal o Denuncia por parte de un externo a la FNE, pudiendo incorporar dentro de la calidad de Oficio el carácter de fiscalización del cumplimiento de fallos. Se anexa también los Informes presentados por | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 17, 18. | No                         | No                       |

| Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios) |   |   |  |                            |                          |
|---|---|---|--|----------------------------|--------------------------|
|   | Producto Estratégico  | Descripción   | Clientes   | Aplica Gestión Territorial | Aplica Enfoque de Género |
|   |   | la FNE a solicitud del TDLC, los Informes de prensa y los Informes en materia de Residuos Sólidos D.  |  |                            |                          |
| 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 la libre competencia en diversos niveles, adecuar la normativa a principios procompetitivos e instruir a las autoridades y agentes económicos para prevenir, detectar y persuadir conductas que atenten contra la libre competencia.                   | 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18. | No                         | No                       |
| 3   | Actividades de representación del país, para colaboración e integración con organismos extranjeros e internacionales en materia de libre competencia. | Considera las acciones realizadas por la FNE en instancias internacionales, en representación del país en el ámbito internacional, lo cual le permite posicionarse y acceder a las mejores prácticas y experiencias en materias de libre competencia, integrándose además a redes de cooperación internacional con otros organismos expertos. | 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             |