

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2019-2022
(Formulario A1) 2021**

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

Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas. Ley N° 21.081, modifica Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4°, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor".

Mision institucional

Informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas.

Objetivos Estratégicos del Ministerio

Número	Descripción
5	Colaborar en eliminar obstáculos y despejar barreras de entrada a los mercados por parte de nuevos competidores y los costos de salida por parte de los consumidores, velando por la protección de los derechos del consumidor, trabajando para que estos dispongan de información suficiente para tomar decisiones libres y cuenten con mecanismos ágiles para hacer valer sus derechos.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Disminuir las asimetrías de información, mediante la difusión de estudios, investigaciones e instrumentos en materias de consumo, que promuevan relaciones de consumo equilibradas entre los consumidores y las empresas, mercados más transparentes.	5	1,4,6
2	Promover el consumo responsable y sostenible, mediante el desarrollo de acciones de educación efectivas y el fortalecimiento de habilidades de alfabetización financiera, que permitan disminuir las brechas de conocimiento y promover competencias en materia de consumo.	5	3,4
3	Garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de actividades de fiscalización continuas, efectivas y eficaces, que apunten a detectar, prevenir, disuadir y corregir conductas infraccionales, orientado al mejoramiento de los niveles de cumplimiento de la legislación en materia de consumo.	5	5
4	Fortalecer la protección de los derechos de los consumidores, mediante acciones de permitan compensar a los afectados, sancionar, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas que vayan en directo beneficio de las personas.	5	2,4
5	Promover y facilitar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de una orientación clara y oportuna de su interpretación, que permita generar certeza jurídica a los diferentes actores del mercado.	5	6,7
6	Fortalecer la gestión interna de la institución, a través de la mejora de los procesos, la optimización y eficiencia en el uso de recursos organizacionales, con el fin de promover un servicio de calidad a todos los usuarios del SERNAC.	5	1,2,3,4,5,6,7

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)

Número	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información de Mercado y Consumo.	Generar productos de información, dirigidos a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo, orientados a transparentar los mercados. detectar potenciales inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes y responsables.	1,3,4	No	Si
2	Protección y asesoría jurídica.	Protección de intereses generales, colectivos, difusos e individuales de los consumidores, entregando soluciones masivas, prejudiciales o judiciales, frente a transgresiones de los derechos de los consumidores en sus relaciones de consumo. Además, la aprobación de planes de cumplimiento adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, y la certificación para entidades financieras, con el objetivo de que los contratos estén ajustados a la Ley, entre otros aspectos.	1,2,4	No	Si
3	Educación para el Consumo.	Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable y sostenible en la ciudadanía.	1,3,4	No	Si
4	Fortalecimiento y promoción en materias de consumo en la sociedad civil.	Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), que tiene dentro de sus líneas de acción o financiamiento: Iniciativas de difusión de las disposiciones de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores; Iniciativas para informar, orientar y educar a los/as consumidores; Iniciativas de estudio y propuesta de medidas encaminadas a la protección de los consumidores; Iniciativas de participación en el proceso de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios; Iniciativas para ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos; Iniciativas para realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales; Iniciativas destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores; Iniciativas para representar a sus miembros y ejercer acciones en defensa de consumidores; Iniciativas para representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores. .Además, el Fortalecimiento de competencias de la sociedad civil organizada en materias de consumo, mediante acciones como charlas, talleres, entre otros.	4	No	Si

5	Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor.	Diseño y ejecución de la fiscalización basada en riesgos, con enfoque territorial, mediante la ejecución de un Plan Anual de Fiscalización y fiscalizaciones no programadas o contingentes, con énfasis en los mercados y prácticas comerciales potencialmente más riesgosas para ejercer los derechos de los/as consumidores/as y con un propósito preventivo y disuasivo de conductas infraccionales, a fin de disminuir las brechas en materias de consumo y contribuir a otros procesos de protección institucionales.	1	No	No
6	Interpretación administrativa materias de protección de los derechos del consumidor.	Interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores en uso de las facultades que entrega la ley N° 19.496, elaborando circulares que resuelvan controversias, fijen criterios y propuestas que no sean explícitamente resueltas por la ley, sus reglamentos o normas supletorias	1,4	No	No
7	Orientación y atención al consumidor.	Orientar, asesorar y/o atender a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, por medio de la respuesta a Consultas de la ciudadanía, Ingreso de Alertas Ciudadanas, de Reclamos, No Molestar y Aviso de Incumplimiento, junto la Tramitación de Me Quiero Salir.	1,2	No	Si

Número	Cientes	Cuantificación
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	18.006.407
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.	18.006.407
3	Público de educación primaria, secundaria, y superior.	12.805.937
4	Distintos grupos de organizaciones; asociaciones de consumidores, ONG vinculadas a materias de consumo y proveedores organizados.	3.334