

**FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2012-2014
(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 eficientemente a los consumidores, vigilando que se respeten sus derechos a través de la promoción de una cultura de consumo responsable y participativa entre los actores relevantes del mercado, con el fin de contribuir a su desarrollo y transparencia.

Objetivos Relevantes del Ministerio

Número	Descripción
1	Expandir en un 6% promedio el PIB durante el período de gobierno.
2	Aumentar la inversión, llevándola desde el 21% como porcentaje del PIB en 2009, a 28% al fin del período de gobierno.
3	Acelerar la productividad.
4	Mejorar la competitividad del sector empresarial y en particular de las empresas de menor tamaño.
5	Promover un mejor entorno de negocios y reducir la carga administrativa que enfrentan las empresas.
6	Generar condiciones que faciliten y promuevan la innovación y el emprendimiento.
7	Proteger con eficacia a los consumidores de servicios financieros, mediante la implementación del SERNAC Financiero.

Objetivos Estratégicos institucionales

Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Mejorar la transparencia de los mercados, a través de su vigilancia, la difusión de información dirigida a los/as consumidores/as y la coordinación con la Institucionalidad pertinente.	1, 2, 3, 4, 7	1
2	Fortalecer una cultura de consumo responsable y de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en estas materias.	5, 7	1,3
3	Ampliar la protección de los/as consumidores/as a través de un modelo de intervención sistémico, integrado y eficiente, que incorpore a todos los organismos de la Red de Protección y que permita dar respuestas satisfactorias y oportunas.	7	2
4	Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en consumo.	6, 7	4
5	Incrementar la protección de consumidores de servicios financieros del país, a través de la implementación de nuevos productos, servicios y atribuciones relacionadas con este mercado.	7	1,2
6	Implementar un Modelo de Gestión de Excelencia Organizacional, a través de la optimización de los procesos estratégicos y de soporte institucional, mejorando con ello la calidad de la oferta pública del SERNAC y la satisfacción de nuestros/as clientes.	7	

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	1, 3, 4.	Si	Si

		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.			
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. Protección del Consumidor Financiero: 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.	4.	Si	Si

	Clientes	Cuantificación
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	16928873
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo. Proveedores de Productos y Servicios Financieros.	21000000
3	Público segmentado por área de Educación Formal y No formal.	10986382
4	Distintos grupos de colaboradores estratégicos: personas o instituciones, organizaciones sociales y sociedad civil organizada.	1000

	Producto Estratégico	Presupuesto 2013	
		(Miles de \$)	%
1	Información de Mercado y Consumo.	2,185,000	25.82%
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	2,950,317	34.86%
3	Educación para el Consumo Responsable.	680,000	8.03%
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	1,145,000	13.53%