

**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 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 la FNE a solicitud del TDLC, los Informes de prensa y los Informes en materia de Residuos Sólidos D.	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 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	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	2, 18.	No	No

	extranjeros e internacionales en materia de libre competencia.	redes de cooperación internacional con otros organismos expertos.			
--	--	---	--	--	--

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 2015	
		(Miles de \$)	%
1	Acciones de libre competencia derivadas de investigaciones.	3,950,230	52.38%
2	Acciones de promoción activa y difusión de la libre competencia (Política de Advocacy).	592,534	7.86%
3	Actividades de representación del país, para colaboración e integración con organismos extranjeros e internacionales en materia de libre competencia.	395,023	5.24%