

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

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	<b>PARTIDA</b>	07
<b>SERVICIO</b>	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	<b>CAPÍTULO</b>	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 a los consumidores ciudadanos, mediante un marco técnico de eficacia, eficiencia y transparencia de la acción institucional y de los mercados, y del rol responsable, activo y participativo de cada uno de sus actores.

**Objetivos Estratégicos del Ministerio**

Número	Descripción
1	Acelerar el crecimiento económico y la productividad del país de manera sostenida a través del fomento a la ciencia, tecnología, innovación y apoyo al emprendimiento
13	Relevar el rol activo del SERNAC en la protección de los intereses individuales de todos los consumidores
14	Fortalecer a la Sociedad Civil, para que tengan la capacidad real de cumplir con su rol como consumidores, en forma independiente del Gobierno y del sector privado, además de dotar a las Asociaciones de Consumidores de las facultades que les permitan cumplir de mejor forma su misión de proteger, informar y educar a los consumidores.
15	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	Mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados a través de su vigilancia, el desarrollo de estudios e investigaciones, la difusión de información y la acción coordinada con la institucionalidad respectiva, particularmente en los mercados donde se detectan prácticas especialmente lesivas a los consumidores y/o los que presenten mayores fallas y distorsiones.	1, 13, 15	1,2
2	Generar cambios en los comportamientos para el consumo responsable y la protección de los derechos del consumidor, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del fortalecimiento del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables	13, 14	1,2,3,4
3	Mejorar el estándar de protección de los consumidores reforzando las actuales acciones institucionales, así como su penetración en nuevos mercados y temas de consumo	1, 13, 14, 15	1,2,3,4
4	Fortalecer la participación ciudadana con foco en el rol e impacto de los consumidores ciudadanos en los incentivos del mercado y la profesionalización y especialización de las asociaciones de consumidores.	13, 14	4
5	Consolidar una Gestión de Excelencia que permita encauzar de manera fluida y positiva los procesos de cambio, innovación y fortalecimiento institucional, con equipos altamente especializados, colaborativos y comprometidos con un adecuado ambiente laboral.	1, 13, 14, 15	1,2,3,4

**Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)**

	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información de Mercado y Consumo.	Generación de Información: Levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores para fomentar la toma de decisiones de consumo consientes, autónomas, críticas y responsables, así como 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 materia de consumo y el quehacer institucional del SERNAC, mediante la gestión de la estrategia comunicacional del Servicio, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de	1, 3, 4.	Si	Si

		campañas informativas.			
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar y asesorar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC: Responder a consultas de la ciudadanía Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo prejudicial entre las partes. Protección de intereses generales, colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a transgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores.	1, 2.	Si	Si
3	Educación para el Consumo Responsable.	Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable, orientados a ser desarrollados en espacios educativos, de participación social, y/o a la ciudadanía en general.	1, 3, 4.	Si	Si
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC): Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para AdC. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC.	4.	Si	Si

Clientes		Cuantificación
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	18006407
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.	18006407
3	Público de educación primaria, secundaria, y superior.	12805937
4	Distintos grupos de organizaciones; asociaciones de consumidores, ONG vinculadas a materias de consumo y proveedores organizados.	3334

	Producto Estratégico	Presupuesto 2018	
		(Miles de \$)	%
1	Información de Mercado y Consumo.	2,450,947	22.36%
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	3,666,726	33.45%
3	Educación para el Consumo Responsable.	1,224,903	11.18%
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	810,899	7.40%