

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

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPITULO	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. 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
9	Eliminación de obstáculos y despeje de barreras de entrada a los mercados por parte de nuevos competidores y de las barreras 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.	9	1,4
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.	9	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.	9	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.	9	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.	9	6
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.	9	1,2,3,4,5,6

Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
Número	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 estratégica comunicacional del Servicio, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas.	1,3,4	Si	Si
2	Protección, asesoría jurídica y orientación.	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.	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:	4	Si	Si

		Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC.			
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	Si	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

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