

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2008
DEFINICIONES ESTRATÉGICAS
Ley de Presupuestos

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y RECONSTRUCCION	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 Consumidores, 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".

Misión Institucional

Informar, educar y proteger a los consumidores y consumidoras, escuchándolos activamente y promoviendo la participación ciudadana, a fin de velar por el respeto de sus derechos en la relaciones de consumo y con ello contribuir al desarrollo de los mercados.

Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Mejorar la oferta pública de SERNAC considerando la escucha activa a los consumidores/as como una filosofía institucional operada a través del sistema integrado de atención al consumidor (proyecto Sernac Facilita) y de instancias innovativas de sondeos de información, opinión y percepción, puestas en valor integradamente en las estrategias institucionales y consolidada en la incorporación de una gestión de calidad institucional.
2	Reforzar la transparencia de los mercados de bienes y servicios y sus prácticas, tanto nacionales como locales, generando y difundiendo información relevante para la toma de decisiones y la reducción de inequidades en la relaciones de consumo y coordinando las acciones derivadas con la institucionalidad pertinente (Fiscalía Nacional Económica, Superintendencias u otros organismos).
3	Promover una cultura de respeto de los derechos y deberes de los consumidores, relevando las competencias y conductas deseables tanto en los consumidores/as (individuales u organizados) como en proveedores u otros agentes del mercado, identificando brechas de comportamiento en éstos e implementando programas educativos, informativos o relacionales tendientes a la corrección y/o prevención de dichas brechas en consideración de las particularidades (segmentos, territorio, entre otros).
4	Desarrollar y liderar la institucionalidad de protección al consumidor consolidando el proyecto Sernac Facilita y construyendo sobre éste una política transversal de protección y respeto de los derechos de los/las consumidores/as capaz de incorporar a todos los organismos de este sistema; fortaleciendo al SERNAC, sus facultades y mejorando la legislación, aprovechando las oportunidades otorgadas por la Ley del Consumidor, sus reformas y la complementariedad con las leyes y procedimientos especiales de dichos otros organismos.
5	Fortalecer la Participación Ciudadana en materia de consumo, mediante la implementación de políticas, el fomento de la constitución de Asociaciones de Consumidores, la disposición de herramientas y programas de promoción (fondo concursable), formación y profesionalización de éstas, y el desarrollo de espacios que entreguen poder a la ciudadanía en su rol de consumidores.

Productos Estratégicos (Bienes y/o Servicios)			
Número	Nombre	Objetivos Estratégicos a los cuáles se vincula	Aplica Enfoque de Genero (Si/No)
1	<u>Información de Mercado y Consumo</u> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios <ul style="list-style-type: none"> - Estudios y análisis orientados al impacto masivo sobre materias de consumo. - Estudios y análisis orientados al impacto institucional. - Estudios y análisis de mercados emergentes • Información y Difusión <ul style="list-style-type: none"> - Contenido de la Web - Revista del Consumidor - Productos para la prensa (casos noticiosos, reportajes, minutas, vocería, conferencias, etc) - Folletería - Productos para espacios informativos específicos (secciones TV, sitio web, artículos para otras publicaciones y ediciones, etc). 	1,2,3	Si
2	<u>Orientación, asesoría jurídica y protección</u> <ul style="list-style-type: none"> • Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor. • Tramitación de reclamos. <ul style="list-style-type: none"> - Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre consumidor-proveedor.. • Asesoría jurídica, presentación de denuncias y defensa en Juzgados de Policía Local y Civiles. • Protección de intereses colectivos y difusos 	1,3,4	Si
3	<u>Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores</u> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de Información Educativa a Distancia <ul style="list-style-type: none"> - Curso tradicional a distancia para profesores - Aplicaciones audiovisuales de material educativo para escuelas (CDs interactivos, videos, cápsulas televisivas) • Programa de Información Educativa Presencial <ul style="list-style-type: none"> - Charlas, talleres o seminarios entregados a distintos públicos. 	1,3,4	Si
4	<u>Fortalecimiento de la Participación Ciudadana</u> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores • Programa de Fortalecimiento de la Sociedad Civil 	1,4,5	Si

Clientes/ Usuarios /Beneficiarios	
Número	Nombre
1	Público masivo. Consumidores en general, es decir, toda la comunidad (énfasis en segmentos C3-D y mayores de 61 año).

	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores relacionados a estudios de impacto masivo. • Consumidores relacionados a la información en medios de prensa, publicaciones y/o medios de difusión institucional.
2	<p>Consumidores afectados en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores afectados individualmente en sus intereses en materias de consumo. • Consumidores afectados colectivamente en sus intereses en materias de consumo.
3	Profesores de educación básica, media y parvularia asociados principalmente a alumnos de estrato socioeconómico C2-C3-D.
4	<p>Distintos grupos de personas o instituciones, organizaciones funcionales o sociales y sociedad civil organizada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de Consumidores • Grupos de consumidores en general • Grupos específicos
5	<p>Institucionalidad de Protección al Consumidor y Otros Actores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas o Privadas • Proveedores y Asociaciones de éstos.

Productos Estratégicos y Clientes/ Usuarios /Beneficiarios		
Número	Producto Estratégico	Clientes/ Usuarios /Beneficiarios
1	<u>Información de Mercado y Consumo</u>	<p>Público masivo. Consumidores en general, es decir, toda la comunidad (énfasis en segmentos C3-D y mayores de 61 año).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores relacionados a estudios de impacto masivo. • Consumidores relacionados a la información en medios de prensa, publicaciones y/o medios de difusión institucional. <p>Institucionalidad de Protección al Consumidor y Otros Actores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas o Privadas • Proveedores y Asociaciones de éstos.
2	<u>Orientación, asesoría jurídica y protección</u>	<p>Consumidores afectados en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores afectados individualmente en sus intereses en materias de consumo. • Consumidores afectados colectivamente en sus intereses en materias de consumo. <p>Institucionalidad de Protección al Consumidor y Otros Actores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas o Privadas • Proveedores y Asociaciones de éstos.
3	<u>Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores</u>	Profesores de educación básica, media y parvularia asociados principalmente a alumnos de estrato

		socioeconómico C2-C3-D. Institucionalidad de Protección al Consumidor y Otros Actores <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas o Privadas • Proveedores y Asociaciones de éstos.
4	<u>Fortalecimiento de la Participación Ciudadana</u>	Distintos grupos de personas o instituciones, organizaciones funcionales o sociales y sociedad civil organizada. <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de Consumidores • Grupos de consumidores en general • Grupos específicos

Productos Estratégicos y Programas Evaluados				
Número	Producto Estratégico	Programa Evaluado	Línea de Evaluación (EPG/EI)	Año de Evaluación
1	Orientación, asesoría jurídica y protección	Proyecto SernacFacilita (O.I.R.)	Evaluación de Programas Gubernamentales	2005