

FICHA DE DEFINICIONES ESTRATÉGICAS AÑO 2019-2022
(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 y sus modificaciones posteriores introducidas por las leyes Nros. 20.361 de 2009, 20.945 de 2016 y, 20.971 de 2016.

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 Relevantes 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	Impulsar y desarrollar investigaciones eficientes en materia de prácticas colusorias, de abusos de posición monopólica y de concentraciones que afecten, o puedan afectar, el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar del consumidor.	9	1,2,3
2	Realizar estudios de mercado que entreguen información sobre sectores que en su ejercicio puedan entorpecer la libre competencia y, cuando corresponda, generen recomendaciones para su mejor funcionamiento.	9	1,2
3	Promover y desarrollar actividades de difusión para interceder preventivamente ante entidades públicas y privadas a objeto de que autoridades, agentes económicos y gremiales, internalicen el concepto de competencia.	9	1,2,3
4	Fortalecer la participación activa en instancias internacionales de libre competencia, para obtener cooperación recíproca y actualización en prácticas que apoyen el avance permanente de la gestión institucional.	9	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 procesos investigativos de la FNE y que tienen como resultado distintas estrategias a fin de hacer presente el cambio de conducta.	Este producto integra las acciones estratégicas de la FNE que se entregan como resultado del proceso investigativo, considerando el marco jurídico y económico vigente. En estos componentes se puede encontrar desde la disuasión del agente investigado hasta la denuncia en calidad de organismo persecutor ante tribunales, dependiendo de la gravedad de la conducta.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 17, 18.	No	No
2	Acciones de promoción activa de la libre competencia (Política de Advocacy) en el ámbito nacional que se realizan por medio de actividades de difusión para conocimiento y colaboración.	Considera las actividades efectuadas por la FNE que tienen por finalidad dar a conocer los beneficios de la libre competencia en diversos ámbitos, adecuar la normativa a principios procompetitivos e instruir a las autoridades y agentes económicos para prevenir conductas anticompetitivas.	2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.	No	No
3	Actividades de promoción activa y difusión de la libre competencia, asociadas al ámbito internacional, específicamente, con organismos especializados que se realizan por	Considera las actividades realizadas por la FNE en instancias internacionales y nacionales especializadas que cuentan con el componente de conocimiento y experiencia internacional en materia de libre competencia. Su finalidad es acceder a las mejores prácticas, actualizar la información y mejorar constantemente la gestión institucional.	2, 18.	No	No

	distintos medios para aprender e integrar nuevo conocimiento.				
--	---	--	--	--	--

	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