

# FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2023

## DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

|            |   |          |    |
|------------|---|----------|----|
| MINISTERIO | MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO | PARTIDA  | 07 |
| SERVICIO   | SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR          | CAPITULO | 02 |

### Ley orgánica o Decreto que la rige

Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas. Ley N° 21.081, modifica Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4°, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor". Ley N° 21.398 que establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores.

### Misión Institucional

Informar, educar y proteger a las personas consumidoras, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, potenciando la transparencia y disminuyendo asimetrías en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC ágil, moderno e inclusivo al servicio de las personas.

### Objetivos Estratégicos del Ministerio

| Prioridad | Tipo de Objetivo      | Descripción   |
|-----------|-----------------------|---|
| 6         | Estratégico           | Proteger a los consumidores, través del establecimiento de medidas antiabusos y protección de sus derechos.   |
| 12        | Gestión Institucional | Posicionar al Ministerio como impulsor de un sistema coordinado que diseñe y ejecute políticas públicas y programas de fomento productivo con estrategias claras y coherentes   |
| 13        | Gestión Institucional | Incorporar la perspectiva de género de manera transversal en la gestión institucional y los procesos de planificación, incluido el diseño, análisis, implementación, monitoreo y evaluación de iniciativas, programas, políticas y proyectos. |
| 16        | Gestión Institucional | Facilitar y eficientar los mecanismos existentes para la entrega de bienes y servicios desde el Ministerio hacia la ciudadanía.   |

### Objetivos Estratégicos Institucionales

| Prioridad | Tipo de Objetivo | Descripción  | Objetivos del Ministerio Relacionados |
|-----------|------------------|--|---------------------------------------|
| 1         | Estratégico      | Asegurar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, mediante el desarrollo de acciones de fiscalización oportunas y eficaces, y la aplicación de procedimientos voluntarios y/o judiciales que permitan compensar a las personas afectadas, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas. | 6                                     |
| 2         | Estratégico      | Disminuir las asimetrías de información, mediante la elaboración y difusión de estudios, investigaciones y la aplicación de ciencias del comportamiento para promover relaciones de consumo equilibradas entre personas consumidoras y empresas logrando mercados más transparentes.   | 6                                     |

|   |                       |  |    |
|---|-----------------------|--|----|
| 3 | Estratégico           | Promover el consumo responsable y sostenible, a través del desarrollo de acciones educativas que permitan aumentar el conocimiento de las personas consumidoras, con la finalidad de prevenir el sobreendeudamiento e incorporar prácticas de consumo sostenible.  | 6  |
| 4 | Gestión Institucional | Impulsar una estrategia de relacionamiento y articulación institucional, para fortalecer la coordinación y cooperación del Servicio con organismos públicos que se vinculan con la protección de los derechos de las personas consumidoras.  | 12 |
| 5 | Gestión Institucional | Fortalecer la gestión interna, mediante la implementación de estrategias de desarrollo de personas, el monitoreo de los procesos institucionales y la promoción de la innovación orientados a la entrega de productos y/o servicios, para procurar el perfeccionamiento de los mismos en beneficio de las personas consumidoras. | 16 |
| 6 | Gestión Institucional | Implementar medidas para transversalizar la perspectiva de género en el Servicio, tanto en la gestión interna, como en el diseño de productos y servicios para la ciudadanía, con la finalidad de modernizar la gestión con miras a una institución inclusiva y equitativa para las personas.                                    | 13 |

### Productos Estratégicos Institucionales

| Número | Producto Estratégico  | Aplicación de Enfoque de Género | Aplicación de Enfoque de Derechos Humanos | Bien / Servicio Final  |
|--------|---|---------------------------------|---|--|
| 1      | Orientación y atención al consumidor                                    | - Género                        | - Territorial                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Consultas atendidas.</li> <li>- Alertas Ciudadanas recepcionadas.</li> <li>- Reclamos tramitados.</li> <li>- No Molestar y aviso de incumplimiento tramitados.</li> <li>- Me Quiero Salir tramitados.</li> </ul>  |
| 2      | Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor. | - No Aplica                     | - Territorial                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fiscalizaciones presenciales realizadas.</li> <li>- Fiscalizaciones digitales realizadas.</li> <li>- Fiscalizaciones documentales realizadas.</li> <li>- Citaciones a declarar realizadas.</li> </ul>   |
| 3      | Información de Mercado y Consumo  | - Género                        | - Territorial                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios y ranking de caracterización y comportamiento de mercados elaborados y/o publicados.</li> <li>- Estudios de calidad y seguridad de productos y servicios elaborados y/o publicados.</li> <li>- Estudios de caracterización y comportamiento del consumidor elaborados y/o publicados.</li> <li>- Recomendaciones de seguridad de productos gestionadas y/o publicadas.</li> <li>- Alertas de seguridad de productos gestionadas y/publicadas.</li> </ul> |

|   |   |             |  |  |
|---|---|-------------|--|--|
| 4 | Protección y asesoría jurídica  | - No Aplica | - Territorial                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alertas sobre conductas de mercado gestionadas.</li> <li>- Supervigilancia y seguimiento de normativa del mercado financiero realizadas.</li> <li>- Investigaciones de casos colectivos realizadas.</li> <li>- Procedimientos Voluntario Colectivos gestionados.</li> <li>- Juicios de Interés General tramitados.</li> <li>- Juicios de Interés Colectivo tramitados.</li> <li>- Casos para la representación individual de consumidores/as derivadas.</li> <li>- Sello SERNAC otorgado.</li> <li>- Planes de cumplimiento aprobados.</li> </ul> |
| 5 | Educación para el Consumo Sostenible.   | - Género    | - Territorial<br>- Niñas, Niños y Adolescentes | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos y actividades educativas, en temáticas de educación para el consumo, entregados mediante aula virtual.</li> <li>- Cursos o talleres, en temáticas de educación para el consumo sostenible, entregados a través de modalidad presencial o digital.</li> </ul>   |
| 6 | Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil.                | - Género    | - Territorial                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyectos de Asociaciones de Consumidores financiados.</li> <li>- Acciones para el fortalecimiento de competencias de la sociedad civil en materias de consumo realizadas.</li> </ul>   |
| 7 | Interpretación administrativa en materias de protección de los derechos del consumidor. | - No Aplica | - No Aplica                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Circulares interpretativas elaboradas</li> <li>- Dictámenes administrativos elaborados.</li> <li>- Propuestas de modificación normativa elaboradas.</li> </ul>  |