

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2007 DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

| | | | |
|-------------------|--|-----------------|----|
| 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 | No |

| Clientes/ Usuarios /Beneficiarios | |
|-----------------------------------|---|
| Número | Nombre |
| 1 | Público masivo. Consumidores en general, es decir, toda la comunidad (énfasis en segmentos C2-C3-D). <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 C2-C3-D).</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> | <p>Profesores de educación básica, media y parvularia asociados principalmente a alumnos de estrato socioeconómico C2-C3-D.</p> <p>Institucionalidad de Protección al Consumidor y Otros Actores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones Públicas o Privadas |

| | | |
|---|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 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 |