

FICHA DE IDENTIFICACIÓN AÑO 2026-2026

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	FISCALIA NACIONAL ECONOMICA	CAPITULO	08

Ley orgánica o Decreto que la rige

La Fiscalía Nacional Económica se rige por el D.L. N°211 de 1973.

Misión Institucional

Defender y promover la libre competencia actuando en representación del interés público, realizando investigaciones sobre posibles atentados contra la libre competencia, análisis de operaciones de concentración, estudios de mercado y actividades de difusión, entre otras acciones, a fin de 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 Estratégicos del Ministerio

Prioridad	Descripción
4	Incentivar el funcionamiento democrático de la economía, despejando las barreras de entradas a los mercados, aumentando los niveles de competitividad, abordando las fallas de coordinación e impulsando la eficiencia regulatoria para facilitar el emprendimiento y la inversión en el país
13	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.
15	Propiciar que los servicios dependientes o relacionados reafirmen su compromiso con la no discriminación, la no violencia, la igualdad de oportunidades y de trato, y la conciliación de las responsabilidades laborales y familiares, de manera que busquen siempre el bienestar de las personas funcionarias.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Prioridad	Descripción	Objetivos del Ministerio Relacionados	Atributos Considerados	
			Perspectiva de Género	Cambio Climático
1	Impulsar y realizar investigaciones eficientes en materia de colusión, de abusos de posición dominante y de operaciones de concentración que afecten, o puedan afectar, el funcionamiento eficiente de los mercados y el bienestar general de la sociedad.	4	No	No
2	Realizar estudios de mercado que entreguen información sobre sectores que en su ejercicio puedan entorpecer la libre competencia y, cuando corresponda, generen recomendaciones normativas para su mejor funcionamiento.	4	No	No
3	Promover y realizar actividades en el ámbito nacional e internacional para difundir la libre competencia, a fin de actuar preventivamente ante entidades públicas, privadas, agentes económicos y ciudadanía en general, participando además activamente con la red de organismos expertos internacionales a fin de lograr efectividad y éxito en sus resultados.	4	No	No

Bienes / Servicios Finales		
Número	Bien / Servicio Final	N° Objetivo Estratégico Relacionado
1	Requerimiento (contencioso) o acusación de conductas anticompetitivas de agentes de mercado.	1
2	Consulta en procedimiento no contencioso para prevenir y evitar conductas anticompetitivas.	1
3	Expediente de Recomendación Normativa para evitar conductas anticompetitivas en los mercados.	1
4	Solicitud de dictación de Instrucciones de Carácter General para evitar conductas anticompetitivas.	1
5	Acuerdo Conciliatorio entre FNE y agentes de mercado para evitar conductas anticompetitivas.	1
6	Acuerdo Extrajudicial entre FNE y agentes de mercado para evitar conductas anticompetitivas.	1
7	Cambio de conducta por el agente de mercado como resultado de una investigación FNE.	1
8	Recomendaciones normativas como resultado de una investigación, de un estudio o análisis pertinente	1, 2, 3
9	Examen de Operaciones de Concentración para definir su aprobación o prohibición.	1
10	Estudios sobre la evolución competitiva de mercados para corregir fallas y prevenir abusos.	2, 3
11	Informes de análisis y recomendaciones enviados al TDLC para defensa de la libre competencia.	1
12	Actividades de difusión y promoción para prevención y aprendizaje de la libre competencia.	2, 3
13	Entrega de orientaciones y guías en conductas, para conocimiento y aplicación de libre competencia	1, 2, 3
14	Análisis de proyectos de ley para estudiar su impacto en la libre competencia de los mercados.	1, 2, 3
15	Informe para modificación o cambio de propiedad de medios de comunicación (Radio y TV) en concesión.	1
16	Otros informes en libre competencia que sean solicitados de acuerdo al mandato legal.	1

Objetivos De Gestión Interna			
Prioridad	Descripción	Atributos Considerados	
		Perspectiva de Género	Cambio Climático
4	Promover una cultura institucional que incorpore la perspectiva de género de manera transversal en su gestión, reafirmando el compromiso con la no discriminación, la igualdad de oportunidades y de trato y, la conciliación de las responsabilidades laborales y familiares, con la finalidad de aportar al bienestar de todas las personas que se desempeñan en la Institución.	Si	Si