

**DIRECTOR/A REGIONAL METROPOLITANA  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR – SERNAC  
MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO  
II NIVEL JERÁRQUICO**

**LUGAR DE DESEMPEÑO**

Región Metropolitana,  
Santiago

**I. PROPÓSITO Y DESAFÍOS DEL CARGO\***

**1.1 MISIÓN  
Y FUNCIONES DEL  
CARGO**

Al/a Director/a Regional Metropolitana le corresponderá velar por la correcta y oportuna protección de los derechos de los consumidores, entrega de información y educación en su región, con el fin de contribuir al desarrollo y transparencia de los actores involucrados, dando cumplimiento a las políticas y lineamientos estratégicos institucionales.

Al asumir el cargo de Director/a Regional le corresponderá desempeñar las siguientes funciones:

1. Representar a la Dirección Nacional en la región, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección al consumidor en su región, asegurando una óptima cobertura territorial.
2. Asegurar un proceso de mejora continua de la Dirección Regional, orientado a hacer más eficiente su gestión en la entrega oportuna de las prestaciones de servicios, velando por el cumplimiento de las metas institucionales, considerando en ello la mantención de un adecuado clima laboral.
3. Implementar y gestionar acciones proactivas, en resguardo del interés general, colectivo e individual, en cumplimiento de la Ley del Consumidor en su región.
4. Implementar en su región, las estrategias de educación y promoción de respeto de los derechos y deberes de los consumidores, con énfasis en el Programa de Educación Financiera y otras acciones desarrolladas en esta línea, por la Institución.
5. Favorecer el desarrollo local de asociaciones de consumidores o de organizaciones del mundo civil que promuevan la protección de los consumidores.
6. Monitorear, a nivel de su región, el mercado y el cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales; y aquellas referentes a la seguridad en el consumo, de manera de prevenir abusos en cuanto a derechos de los consumidores y generando información destinada a la transparencia y confianza en los mercados.
7. Retroalimentar la política y estrategia nacional de protección al consumidor a partir de las particularidades del territorio.

Fecha de aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 01-09-2020  
Representante del Consejo de Alta Dirección Pública: Catalina Bau

\* Convenio de desempeño y condiciones de desempeño de Altos Directivos Públicos se encuentran disponibles en la página de postulación para su aprobación.

**1.2 ÁMBITO DE RESPONSABILIDAD**

<b>N° Personas que dependen directamente del cargo</b>	8
<b>N° Personas que dependen indirectamente del cargo</b>	22
<b>Presupuesto que administra</b>	No Administra

**1.3 DESAFÍOS Y LINEAMIENTOS PARA EL PERIODO**

Corresponde a las contribuciones específicas que la autoridad respectiva espera que el Alto Directivo Público realice durante el período de su gestión, en adición a las tareas regulares propias del cargo, señaladas en el punto anterior. Estos lineamientos orientan el diseño del **Convenio de Desempeño ADP**.

<b>DESAFÍOS</b>	<b>LINEAMIENTOS</b>
<p>1. Asegurar el cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos institucionales a nivel regional, velando por la exitosa implementación de la oferta de productos y servicios en materia de protección a los derechos de los consumidores.</p>	<p>1.1 Generar relacionamiento con otras instituciones claves para garantizar y facilitar la correcta implementación de los procesos, productos y servicios.</p> <p>1.2 Representar a SERNAC comunicacionalmente, a través de vocerías y otras instancias regionales, de acuerdo con los lineamientos del Nivel Central, con el objetivo de reforzar la presencia del Servicio en el territorio y ser referente local en temas de consumo.</p> <p>1.3 Detectar y gestionar activamente temáticas regionales de consumo que sean relevantes para el Servicio y presentarlas a las diferentes instancias que la institución tiene disponible para estos efectos.</p> <p>1.4 Proponer a la Dirección y Subdirección Nacional, a partir de las particularidades del territorio y la región, nuevos mecanismos para proteger eficientemente a los consumidores por vía de generar una coordinación con organismos públicos Regionales con facultades fiscalizadoras.</p> <p>1.5 Reforzar la presencia SERNAC en el territorio, particularmente a través de la elaboración y gestión de convenios con actores relevantes, tales como municipios, universidades, asociaciones de consumidores, entre otros, tendiente a la resolución de conflictos de consumo a nivel local y a la preparación del rol de municipios en la materia.</p> <p>1.6 Conformar y/o mantener el funcionamiento de los Consejos de la</p>

	Sociedad Civil (COSOC), según aplique.
<p>2. Promover una cultura de consumo responsable y sostenible en la región, mediante implementación de programas de educación y otros productos institucionales.</p>	<p>2.1 Continuar con la implementación de Programa de Desarrollo de Habilidades Financieras y otras acciones desarrolladas en esta línea, asegurando el cumplimiento de indicadores regionales, asociados a plazos, niveles de cobertura y beneficiarios efectivos, establecidos a nivel central.</p>
<p>3. Vigilar activamente los mercados regionales, a través del liderazgo del cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales y de la generación de Información relevante y oportuna.</p>	<p>3.1 Monitorear los mercados regionales, con el fin de detectar temas que afecten derechos del consumidor y gestionar alertas sobre incumplimiento a las normas y leyes de protección al consumidor.</p> <p>3.2 Asegurar que los procesos judiciales interpuestos por la Dirección Regional, se tramiten en tiempo y forma, según los lineamientos e instrucciones entregadas por la Dirección Nacional, Comité Evaluador o Subdirección de Juicios.</p> <p>3.3 Desempeñar un rol activo en materias de Juicios de Interés General y Colectivos, concurriendo a audiencias y alegatos, en caso de que el abogado regional no pueda asistir en representación de SERNAC. Conforme a los lineamientos requeridos de la Subdirección Nacional.</p> <p>3.4 Realizar derivación de casos a la Corporación de Asistencia Judicial en caso de existir convenio.</p>
<p>4. Conformar equipos de trabajo de alto desempeño, resguardando un ambiente de trabajo que favorezca el logro de los objetivos y metas institucionales.</p>	<p>4.1 Gestionar el desempeño del equipo de la DR mediante la planificación del mismo y la retroalimentación continua.</p> <p>4.2 Generar prácticas que potencien canales de comunicación formales y fluidos con los funcionarios, que permitan la entrega efectiva y oportuna de lineamientos, instrucciones e información necesaria para la correcta ejecución de las funciones asignadas.</p> <p>4.3 Fomentar un buen clima laboral y de respeto.</p>

## 1.4 RENTA DEL CARGO

El no cumplimiento de las metas establecidas en el Convenio de Desempeño, que debe suscribir el Alto Directivo Pública, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

El cargo corresponde a un grado 7° de la Escala de Remuneraciones de los Servicios Fiscalizadores, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **1%**. Incluye bonos de estímulo. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.537.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignaciones y bonos de estímulo y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignaciones y bonos de estímulo, cuyo detalle es el siguiente:

\*Renta líquida promedio mensual referencial meses sin asignaciones y bonos de estímulo (enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre) **\$3.330.000.-**

\*\*Renta líquida promedio mensual referencial meses con asignaciones y bonos de estímulo (marzo, junio, septiembre y diciembre) **\$3.953.000.**

La bonificación de estímulo individual se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio.

## II. PERFIL DEL CANDIDATO

### 2.1 REQUISITOS LEGALES \*

Este componente es evaluado en la **etapa I de Admisibilidad**. Su resultado determina en promedio a un 90% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa.

Título profesional de abogado y acreditar una experiencia profesional no inferior a cinco años.

Fuente: Artículo 2°, del DFL N° 2, de 12 de junio de 2019, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

### 2.2 EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS

Este componente es evaluado en la **etapa II de Filtro Curricular**. Su resultado determina en promedio, un 12% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa de evaluación. Este análisis se profundizará en la etapa III.

Es altamente deseable poseer experiencia en gestión y/o administración en el rubro de servicios, en organizaciones públicas o privadas, en un nivel apropiado para las necesidades específicas de este cargo.

Adicionalmente se valorará poseer experiencia en litigación y/o conocimientos de la Ley 19496, que establece normas sobre la protección de los derechos de los consumidores.

Se valorará poseer 3 años de experiencia en dirección, jefatura o coordinación de equipos en instituciones públicas o privadas, en las materias esenciales del cargo.

\*Para el cómputo de la duración de la carrera que da origen al título profesional de pregrado, podrán sumarse los estudios de post grado realizados por el mismo candidato. Fuente legal: Artículo Cuadragésimo de la Ley N° 19.882, inciso final, parte final, modificado por el número 6, del artículo 1°, la ley N° 20.955.

**2.3 VALORES PARA EL EJERCICIO DEL CARGO**

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la etapa III que corresponde a la Evaluación Gerencial.

**VALORES Y PRINCIPIOS TRANSVERSALES**

**PROBIDAD Y ÉTICA EN LA GESTIÓN PÚBLICA**

Capacidad de actuar de modo honesto, leal e intachable, respetando las políticas institucionales, resguardando y privilegiando la generación de valor público y el interés general por sobre el particular. Implica la habilidad de orientar a otros hacia el cumplimiento de estándares éticos.

**VOCACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO**

Capacidad de reconocer el rol que cumple el Estado en la calidad de vida de las personas y mostrar motivación por estar al servicio de los demás, expresando ideas claras de cómo aportar al desarrollo de acciones que contribuyan al bien de la sociedad. Implica el interés y voluntad de comprometerse con la garantía de los principios generales de la función pública, los derechos y deberes ciudadanos y las políticas públicas definidas por la autoridad.

**CONCIENCIA DE IMPACTO PÚBLICO**

Capacidad de comprender el contexto, evaluando y asumiendo responsabilidad del impacto que pueden generar sus decisiones en otros. Implica la habilidad de orientar la labor de sus trabajadores hacia los intereses y necesidades de la ciudadanía, añadiendo valor al bienestar público y al desarrollo del país.

**2.4  
COMPETENCIAS  
PARA EL  
EJERCICIO DEL  
CARGO**

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la segunda fase de la **etapa III** que corresponde a la **Evaluación por Competencias**. Su resultado determina en promedio, un 5% de postulantes que pasan a las entrevistas finales con el Consejo de Alta Dirección Pública o Comité de Selección, según sea el caso.

<b>COMPETENCIAS</b>
<p><b>C1. COMUNICACIÓN EFECTIVA</b></p> <p>Capacidad para comunicarse de manera efectiva y oportuna con distintos interlocutores, expresándose con desenvoltura y claridad, escuchando atentamente a su interlocutor y priorizando el mensaje que desea entregar, en pos del logro de objetivos institucionales.</p>
<p><b>C2. GESTIÓN Y LOGRO</b></p> <p>Capacidad para establecer metas desafiantes orientadas al logro de los objetivos institucionales, movilizandolos recursos y alineando a las personas hacia su cumplimiento, monitoreando el avance, entregando apoyo y dirección frente a obstáculos y desviaciones, e implementando acciones correctivas en función de lograr resultados de excelencia.</p>
<p><b>C3. GESTIÓN DE REDES</b></p> <p>Capacidad para construir y mantener relaciones de colaboración con personas y organizaciones claves para favorecer el logro de los objetivos, posicionando a la institución y generando respaldo y compromiso hacia la consecución de metas tanto institucionales como interinstitucionales.</p>
<p><b>C4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS</b></p> <p>Capacidad para identificar y responder a situaciones emergentes, de presión, conflicto y/o incertidumbre, implementando soluciones estratégicas, eficaces y oportunas. Implica la habilidad para mantener una actitud resiliente en situaciones de exigencia y alta complejidad.</p>
<p><b>C5. LIDERAZGO Y GESTIÓN DE PERSONAS</b></p> <p>Capacidad para motivar y orientar a las personas, reconociendo y desarrollando el talento, generando compromiso con la visión y valores institucionales. Implica la capacidad de promover un clima armónico de trabajo, velando por las buenas prácticas laborales y generando cohesión y espíritu de equipo.</p>

### III. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

#### 3.1 DOTACIÓN

<b>Dotación Total</b> (planta y contrata)	<b>401</b>
<b>Presupuesto Anual</b>	<b>\$15.208.467.000</b>

#### 3.2 CONTEXTO Y DEFINICIONES ESTRATÉGICAS DEL SERVICIO

La misión del Servicio Nacional del Consumidor es "informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas".

Objetivos estratégicos:

- Disminuir las asimetrías de información, mediante la difusión de estudios, investigaciones e instrumentos en materias de consumo, que promuevan relaciones de consumo equilibradas entre los consumidores y las empresas, mercados más transparentes.
- Promover el consumo responsable y sostenible, mediante el desarrollo de acciones de educación efectivas y el fortalecimiento de habilidades de alfabetización financiera, que permitan disminuir las brechas de conocimiento y promover competencias en materia de consumo.
- Garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de actividades de fiscalización continuas, efectivas y eficaces, que apunten a detectar, prevenir, disuadir y corregir conductas infraccionales, orientado al mejoramiento de los niveles de cumplimiento de la legislación en materia de consumo.
- Fortalecer la protección de los derechos de los consumidores, mediante acciones de permitan compensar a los afectados, sancionar, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas que vayan en directo beneficio de las personas.
- Promover y facilitar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de una orientación clara y oportuna de su interpretación, que permita generar certeza jurídica a los diferentes actores del mercado.
- Fortalecer la gestión interna de la institución, a través de la mejora de los procesos, la optimización y eficiencia en el uso de recursos organizacionales, con el fin de promover un servicio de calidad a todos los usuarios del SERNAC.

Los productos estratégicos que entrega la institución a la ciudadanía son:

- Información de Mercado y Consumo.
- Orientación, asesoría jurídica y protección.
- Educación para el Consumo.
- Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana.
- Fiscalización en materias de protección de derechos del consumidor.
- Interpretación administrativa en materias de protección de los derechos del consumidor.

La institución cuenta con una cobertura territorial en la totalidad de las regiones del país, desconcentrada en dieciséis Direcciones Regionales.

### 3.3 USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS

El o la Directora/a Regional deberá establecer relaciones con:

- **Director Nacional** con el objetivo de generar una coordinación constante que le permita asegurar un accionar alineado a las directrices generales y normativas institucionales;
- **Subdirector Nacional** deberá reportar periódicamente el cumplimiento del plan anual.
- **Subdirectores y Jefaturas de las distintas áreas estratégicas del Servicio**, para recibir lineamientos en temas de competencias de cada una de las áreas y mantener un relacionamiento que permita asegurar el correcto funcionamiento de la Dirección Regional.
- **Coordinador Regional** deberá mantener una comunicación fluida, debiendo reportar oportunamente toda información relevante para la Dirección Nacional y el despliegue de productos estratégicos.

El/la Directora/a Regional tendrá como principales clientes y/o usuarios externos a:

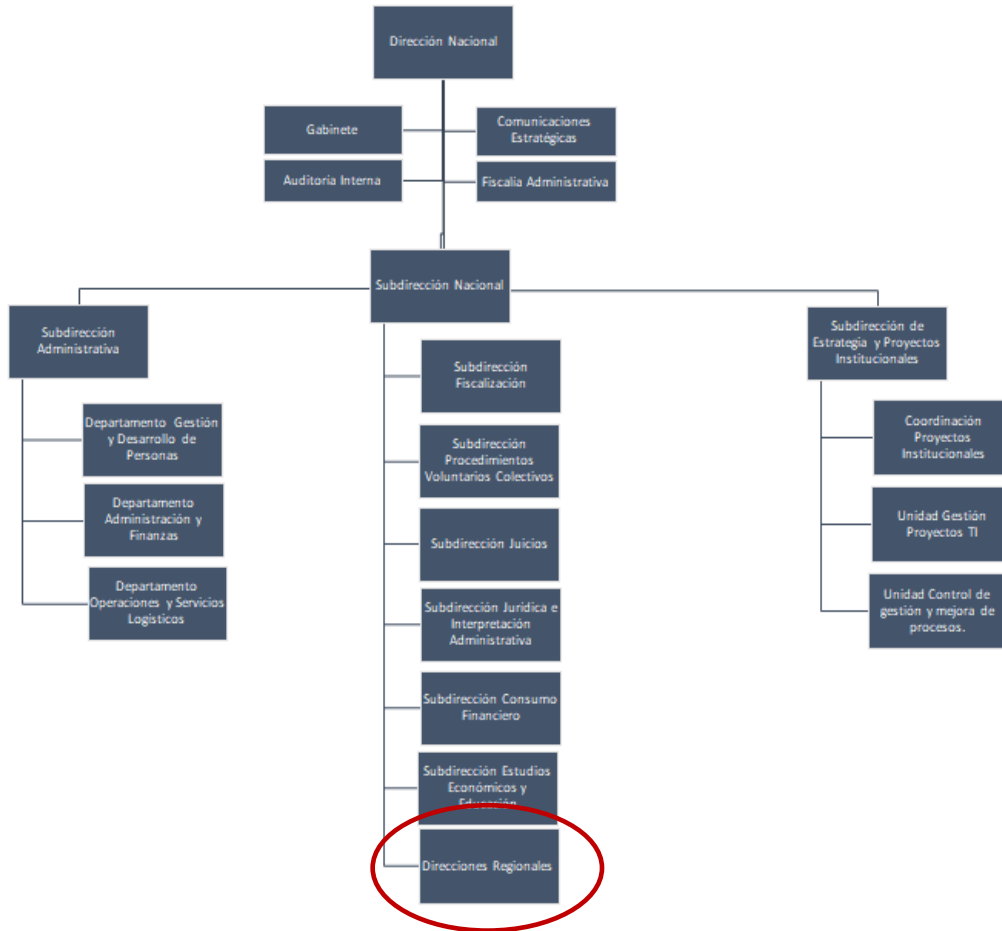
- Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.
- Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales, generales y/o colectivos en materias de consumo.
- Proveedores de la región.
- Municipios, autoridades regionales y locales (Intendente, Gobernadores, Seremis, alcaldes), manteniendo la misión de asegurar un trabajo coordinado en pro del cumplimiento de las metas de la Dirección Nacional y del Gobierno Regional.
- El Servicio también se relaciona con los tribunales de justicia que deben resolver las denuncias por infracciones a la Ley de protección de los derechos de los consumidores sometidas a su consideración.
- Público perteneciente a la educación formal (profesores de educación básica, media y parvulario y sus alumnos) y público en general.

Distintos grupos de colaboradores estratégicos regionales: personas o instituciones, organizaciones sociales y sociedad civil organizada.



### 3.4 ORGANIGRAMA

#### Organigrama del Servicio.



#### Listado de cargos adscritos al Sistema

- I Nivel jerárquico Director (a) Nacional
- II Nivel jerárquico Subdirector(a) de Juicios
- II Nivel jerárquico Subdirector de Fiscalización
- II Nivel jerárquico Subdirector(a) de Procedimientos Voluntarios Colectivos
- II Nivel jerárquico Subdirector(a) Jurídico e Interpretación Administrativa
- II Nivel jerárquico Subdirector(a) de Consumo Financiero
- II Nivel jerárquico Directores (as) Regionales (16)