

I. PERFIL DE SELECCIÓN

Fecha de Aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 22/01/2013

<p style="text-align: center;">DIRECTOR/A NACIONAL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR – SERNAC</p>
--

1. REQUISITOS LEGALES

Estar en posesión de un Título profesional de una carrera de a lo menos 10 semestres de duración, otorgado por una Universidad o Instituto Profesional del Estado o reconocidos por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional no inferior a seis años. Los años de experiencia requeridos serán de cuatro años en el caso de poseer un grado académico de Magister o Doctor.

○

Título profesional de una carrera de a lo menos 8 semestres de duración, otorgado por una Universidad o Instituto Profesional del Estado o reconocidos por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo a la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional no inferior a siete años. Los años de experiencia requeridos serán de cinco años en el caso de poseer un grado académico de Magister o Doctor.

Fuente: Artículo 1º, del DFL N° 1, de 27 de noviembre de 2012,
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

2. FACTOR PROBIDAD

Capacidad para conducirse conforme a parámetros de probidad en la gestión de lo público, e identificar conductas o situaciones que pueden atentar contra tales parámetros. Capacidad para identificar y aplicar estrategias que permitan fortalecer estándares de transparencia y probidad en su gestión y métodos de trabajo idóneos para favorecerlas.

3. ATRIBUTOS PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

DESCRIPCIÓN	PONDERADOR
A1. VISIÓN ESTRATÉGICA	20%
A2. GESTIÓN Y LOGRO	10%
A3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES	20%
A4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS	10%
A5. LIDERAZGO	10%
A6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD	10%
A7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS	20%

DICCIONARIO DE ATRIBUTOS

1. VISIÓN ESTRATÉGICA

Capacidad para detectar y comprender las señales sociales, económicas, tecnológicas, culturales, de política pública y políticas del entorno local y global, particularmente las relativas a protección de consumidores y a la regulación de libre competencia, e incorporarlas de manera coherente a la estrategia institucional.

2. GESTIÓN Y LOGRO

Capacidad para orientarse al logro de los objetivos, seleccionando y formando personas, delegando, generando directrices, planificando, diseñando, analizando información, movilizand recursos organizacionales, controlando la gestión, sopesando riesgos e integrando las actividades de manera de lograr la eficacia, eficiencia y calidad en el cumplimiento de la misión y funciones de la organización.

3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES

Capacidad para identificar a los actores involucrados (stakeholders) y generar las alianzas estratégicas necesarias para agregar valor a su gestión y/o para lograr nuevos resultados interinstitucionales, así como gestionar las variables y relaciones del entorno que le proporcionan legitimidad en sus funciones. Capacidad para comunicar oportuna y efectivamente lo necesario para facilitar su gestión institucional y afrontar, de ser necesario, situaciones críticas.

Habilidad para relacionarse y expresarse fluidamente en diferentes escenarios, internos y externos, representando a la institución y transmitiendo adecuadamente las políticas públicas que se le ha encomendado gestionar.

4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS

Capacidad para identificar y administrar situaciones de presión, contingencia y conflictos y, al mismo tiempo, crear soluciones estratégicas, oportunas y adecuadas al marco institucional público.

Capacidad para identificar las posiciones propias y de la contraparte con la finalidad de lograr resultados en beneficio de la organización. Implica escuchar activamente y ser asertivo en las relaciones interpersonales en presencia de disparidad de intereses.

5. LIDERAZGO

Capacidad para generar compromiso de los funcionarios/as y el respaldo de las autoridades superiores para el logro de los desafíos de la Institución. Capacidad para asegurar una adecuada conducción de personas, desarrollar el talento, lograr y mantener un clima organizacional armónico y desafiante.

6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD

Capacidad para transformar en oportunidades las limitaciones y complejidades del contexto e incorporar en los planes, procedimientos y metodologías, nuevas prácticas tomando riesgos calculados que permitan generar soluciones, promover procesos de cambio e incrementar resultados.

7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS

Es deseable que posea conocimientos y/o experiencia en materias relativas a protección de consumidores, libre competencia y la institucionalidad pública relevante, en un nivel apropiado para las necesidades específicas del cargo.

Se considerará como valorable contar con dominio del idioma inglés nivel intermedio.

II. DESCRIPCIÓN DE CARGO

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nivel Jerárquico	I Nivel
Servicio	Servicio Nacional del Consumidor
Dependencia	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Ministerio	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Lugar de Desempeño	Santiago

2. PROPÓSITO DEL CARGO

MISIÓN

Al Director/a Nacional le corresponderá liderar la Institución encargada de informar, educar y proteger eficientemente los derechos de los consumidores, vigilando que estos se respeten a través de la promoción de una cultura de consumo responsable y participativa entre los actores relevantes del mercado, con el fin de contribuir a su desarrollo y transparencia.

FUNCIONES ESTRATÉGICAS

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

1. Desarrollar y liderar la institucionalidad de protección de los derechos del consumidor, promoviendo una oportuna información y adecuada educación de los deberes y derechos del consumidor.
2. Liderar y coordinar la institucionalidad de protección al consumidor financiero, velando por el respeto de sus derechos por parte de los proveedores de servicios financieros.
3. Generar instancias que permitan proteger los derechos de los consumidores y difundir las políticas y prácticas del Servicio.
4. Facilitar la interacción entre las empresas y los consumidores, con el propósito de contar con un sistema de protección al consumidor con equilibrio entre sus actores.
5. Favorecer el desarrollo de asociaciones de consumidores o de organizaciones del mundo civil que promuevan la protección de los consumidores.
6. Velar por una gestión Institucional alineada a las estrategias del Ministerio, contribuyendo al desarrollo y modernización de la Institución.
7. Las demás funciones y atribuciones que la ley le asigne.

DESAFÍOS DEL CARGO

El/la Directora/a, deberá asumir los siguientes desafíos:

1. Promover el fortalecimiento de la legislación de protección y defensa del consumidor y las facultades del Servicio Nacional del Consumidor.
2. Incrementar la participación ciudadana respecto de derechos en materia de consumo y creación de nuevos espacios de participación de los/as consumidores/as.
3. Coordinar con los Servicios relacionados las estrategias necesarias para lograr una mayor protección de los derechos de los consumidores de servicios básicos, la eliminación de cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y fortalecer la mediación colectiva como solución más eficaz.
4. Concretar un plan de relacionamiento estratégico con los principales foros Internacionales en que SERNAC es parte y monitorear el cumplimiento de las recomendaciones de la OCDE en materia de protección al consumidor (seguridad de productos, crédito, comercio electrónico, entre otras).

3. ORGANIZACIÓN Y ENTORNO DEL CARGO

CONTEXTO DEL CARGO

El Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), fue creado el 24 de febrero de 1990 mediante la Ley N° 18.959, y es un organismo público descentralizado en sus funciones y desconcentrado territorialmente. Inicialmente, la institución asumió como parte de sus funciones la mediación en los conflictos entre consumidores y proveedores, a pesar de no estar expresamente consagrado en ningún texto legal. Luego, con la promulgación de la Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se reconoció expresamente la atribución de la institución para mediar en los conflictos de consumo y se establecieron los derechos y deberes de los consumidores. La Ley 20.555 a su vez incorporó nuevos derechos al consumidor financiero y nuevas obligaciones a los proveedores de éstos servicios, creó la institución de la División de Consumo Financiero, con profesionales especializados en el área a fin de velar por el respeto de nuevas obligaciones de los proveedores financieros, otorgó calidad de ministros de fe a algunos funcionarios del Servicio e incorporó nuevas atribuciones para solicitar información a los proveedores. Además de lo anterior se creó la certificación voluntaria de contratos financieros a proveedores denominado "Sello SERNAC".

Sus objetivos estratégicos son:

1. Mejorar la transparencia de los mercados, a través de su observancia, la difusión de información dirigida a los/as consumidores/as y la coordinación con la Institucionalidad pertinente.

2. Fortalecer una cultura de consumo responsable y de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en estas materias.
3. Ampliar la protección de los/as consumidores/as a través de la coordinación integrada y eficiente, que incorpore a todos los organismos que tienen facultades fiscalizadoras respecto de proveedores de bienes y servicios a quienes se les aplica la Ley del Consumidor y que permita dar respuestas satisfactorias y oportunas.
4. Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección al consumidor, que incluye al Estado, las empresas y asociaciones gremiales y la sociedad civil; y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en consumo.
5. Incrementar la protección de los derechos de los consumidores de servicios financieros del país, a través de la implementación de nuevos productos, servicios y atribuciones otorgadas por la Ley al SERNAC relacionadas con este mercado.
6. Mantener un Modelo de Gestión de Excelencia Organizacional, a través de la optimización de los procesos estratégicos y de soporte institucional, mejorando con ello la calidad de la oferta pública del SERNAC y la satisfacción de nuestros/as clientes.

De esta forma, y en el marco de la modernización del Estado y de una economía abierta, globalizada y altamente competitiva, el Servicio Nacional del Consumidor se constituye como el organismo público, que tiene el desafío de proteger los derechos de los consumidores chilenos, de acuerdo a la legislación nacional, estimulando a éstos a tomar decisiones conscientes, autónomas, críticas y responsables en sus actos de consumo; desarrollando programas de educación que entreguen la información necesaria para ser un consumidor informado; y procurando una relación igualitaria entre proveedores y consumidores.

En el marco de la incorporación de nuestro país a la Organización para la Cooperación económica y el Desarrollo (OECD), el SERNAC debió desarrollar programas de trabajo que mejoran los estándares de protección los estándares de protección al consumidor en los ámbitos de seguridad de productos, crédito y comercio electrónico. En 2012 fue la última vez que Chile tuvo que reportar el estado de avance de los compromisos acordados en relación a las 6 recomendaciones que nos hizo OECD en esta materia. Dentro de los desafíos importantes para 2013 y futuro, están los compromisos asumidos en esa instancia, entre los que el ámbito de la seguridad de producto aparece como de mayor desafío, por la importancia que reviste para el bienestar de los consumidores.

También se deberá avanzar en el trabajo de relacionamiento con otras instituciones y proveedores, de forma de asegurar la eficiencia de la protección de los consumidores. En pos de esto, Chile asumió la Presidencia Pro Tempore 2012-2013 del FIAGC (Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor). La misión central de SERNAC, será iniciar y desarrollar el proceso de revisión respecto a la naturaleza de FIAGC con el fin de elaborar un Plan Estratégico 2013-2015, el cual busca renovar la naturaleza de este foro. Esta condición de liderazgo posiciona a SERNAC, representado por el Director/a Nacional, como una voz que represente a la región iberoamericana tanto en el mismo foro como en otras instancias de carácter internacional como es UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo) e ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network), entre otros.

Cabe señalar que los siguientes cargos del Servicio Nacional del Consumidor, están adscritos al Sistema de Alta Dirección Pública:

- Director/a Nacional
- Jefe/a División Jurídica
- Jefe/a División de Consumo Financiero
- 14 Directores/as Regionales

BIENES Y/O SERVICIOS

Los principales bienes y servicios que entrega el Servicio Nacional del Consumidor son los siguientes:

Información de Mercado y Consumo

• Estudios.

- Informes para levantamiento de precios sobre estudios coyunturales.
- Ranking de Conflictividad por empresa, definidos en la Matriz de Mercados Relevantes.
- Levantamiento de precios en la Región Metropolitana.
- Informes para levantamiento de precios en la Región Metropolitana.
- Levantamiento de precios en las Direcciones Regionales.
- Encuesta de presupuesto familiar.
- Estudios de seguridad y calidad de productos.
- Informes técnicos de productos.
- Estudio de seguimiento aplicación de normas técnicas.
- Oficios y/o denuncias, respecto a transgresiones publicitarias.
- Informes sobre Prácticas Publicitarias.
- Compensaciones No financieras.
- Alertas de seguridad de productos y contenidos de seguridad y calidad de productos.
- Rankings de Reclamos Financieros.
- Boletines Financieros.

- **Información y Difusión.**

- Productos para la difusión en prensa: Notas de Consumo, comunicados, casos de consumo, conferencias de prensa, entrevistas de voceros nacionales, columnas, editoriales, sentencias judiciales.
- Contenidos digitales: Mantención de contenidos 1 sitio Web institucional, mantención de contenidos 1 sitio youtube-Sernac, mantención de contenidos sitio twitter @sernac, Envío, producción de al menos 12 mailings, mantención y desarrollo de 1 blog- SernacParticipa.
- Revista del Consumidor (formato digital).
- Folletería e impresos.
- Campañas de información.
- Productos de Imagen Corporativa.
- Campaña de difusión para otros organismos.
- Material de Difusión sobre temáticas regionales.
- Actividades de Difusión en materia de seguridad de productos.
- Espacio de difusión en web para temas de seguridad de productos.

Orientación, asesoría jurídica y protección

- **Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor.**

- Atención de consultas.
- Atenciones Red Oficinas Municipales (SERNAC Facilita Municipio - SFM).

- **Tramitación de Reclamos.**

- Atención de reclamos.

- **Protección de intereses generales, colectivos y difusos.**

- Juicios Interés General.
- Mediaciones Colectivas.
- Juicios Interés Colectivo.

- **Gestión de solicitudes de Información (Transparencia Activa y Transparencia Pasiva).**

- Transparencia Activa y Gestión de Solicitudes.

- **Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa).**

- SONI.

- **Protección del Consumidor Financiero.**

- Sello SERNAC.
- Detección de infracciones.
- Evaluaciones SMA (Servicio al Cliente, Mediación y Arbitraje).
- Registro Sistema de Mediación y Arbitraje.

Educación para el Consumo Responsable.

- **Programa de Educación para el Consumo en la Educación Formal.**
 - Curso de Perfeccionamiento Docente a Distancia.
 - Material Educativo Audiovisual.
 - Programa de Educación Financiera.

- **Programa de Educación para el Consumo en la Educación No Formal.**
 - Guía del Consumidor Responsable.
 - Concurso de Consumo.
 - Curso para Proveedores.
 - Curso de Introducción a la Educación Financiera.
 - Módulos de Actividades Educativas Presenciales que incorporan nuevas metodologías.
 - Material educativo audiovisual en seguridad de productos.
 - Taller de seguridad de productos para proveedores.
 - Taller de seguridad de productos para otros organismos del estado.

Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana

- **Espacios de participación ciudadana que contribuyan a la cohesión social.**
 - Consejo Consultivo del SERNAC.
 - Consulta ciudadana.
 - Cuenta Pública Participativa.
 - Comités Técnicos de Normas.
 - Procesos Consultivos Normas Técnicas.
 - Consejos Consultivos Regionales del SERNAC.

- **Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores.**
 - Financiamiento público de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores.

- **Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores.**
 - Actividades de capacitación para fortalecimiento de competencias de integrantes de Asociaciones de Consumidores.
 - Pasantías de inducción y/o temáticas para integrantes de Asociaciones de Consumidores.
 - Registro de Acciones Públicas de las Asociaciones de Consumidores en Medios de Comunicación.
 - Curso para integrantes de Asociaciones de Consumidores en Aula Virtual

- **Responsabilidad Social En Consumo.**

- Talleres de sensibilización y difusión sobre materias de responsabilidad social, destinados a usuarios (internos) y clientes (externos).
- Participación en instancias públicas sobre Responsabilidad Social, en calidad de expositor.
- Reporte de sustentabilidad institucional (no público, autodiagnóstico).

EQUIPO DE TRABAJO

El equipo directo de trabajo del Director/a lo integran el Jefe de la División Jurídica; Jefe de la División de Consumo Financiero; las jefaturas de Auditoría Interna y Planificación Estratégica y Calidad. Además, se relaciona con las jefaturas de los Departamentos de Gestión Territorial y de Canales; Calidad y Seguridad de Productos; Educación para el Consumo; Estudios e Inteligencia; Comunicación Estratégica; y Participación Ciudadana.

CLIENTES INTERNOS

El Servicio Nacional del Consumidor se relaciona con municipios, la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), Superintendencia de Valores y Seguros, Superintendencia de Salud, Superintendencia de Servicios Sanitarios, Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), y Superintendencia de Administradoras de Fondos de Pensiones. Con ellos se ha generado alianzas estratégicas, en el marco del programa "SERNAC Facilita" que es un completo sistema de atención a público que combina varias formas de asistir a los chilenos en problemas de consumo, y que actualmente integra casi la totalidad del territorio nacional, permitiendo a la comunidad hacer consultas, formalizar reclamos y realizar seguimiento de cualquier problema en el ámbito del consumo.

El Servicio también se relaciona con los tribunales de justicia que deben resolver las denuncias a la ley de protección a los derechos de los consumidores sometidas a su consideración.

CLIENTES EXTERNOS

Los clientes externos del Servicio Nacional del Consumidor son los siguientes:

- Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.
- Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo. Proveedores de Productos y Servicios Financieros.
- Público perteneciente a la educación formal y público en general.
- Distintos grupos de colaboradores estratégicos: personas o instituciones, organizaciones sociales y sociedad civil organizada.

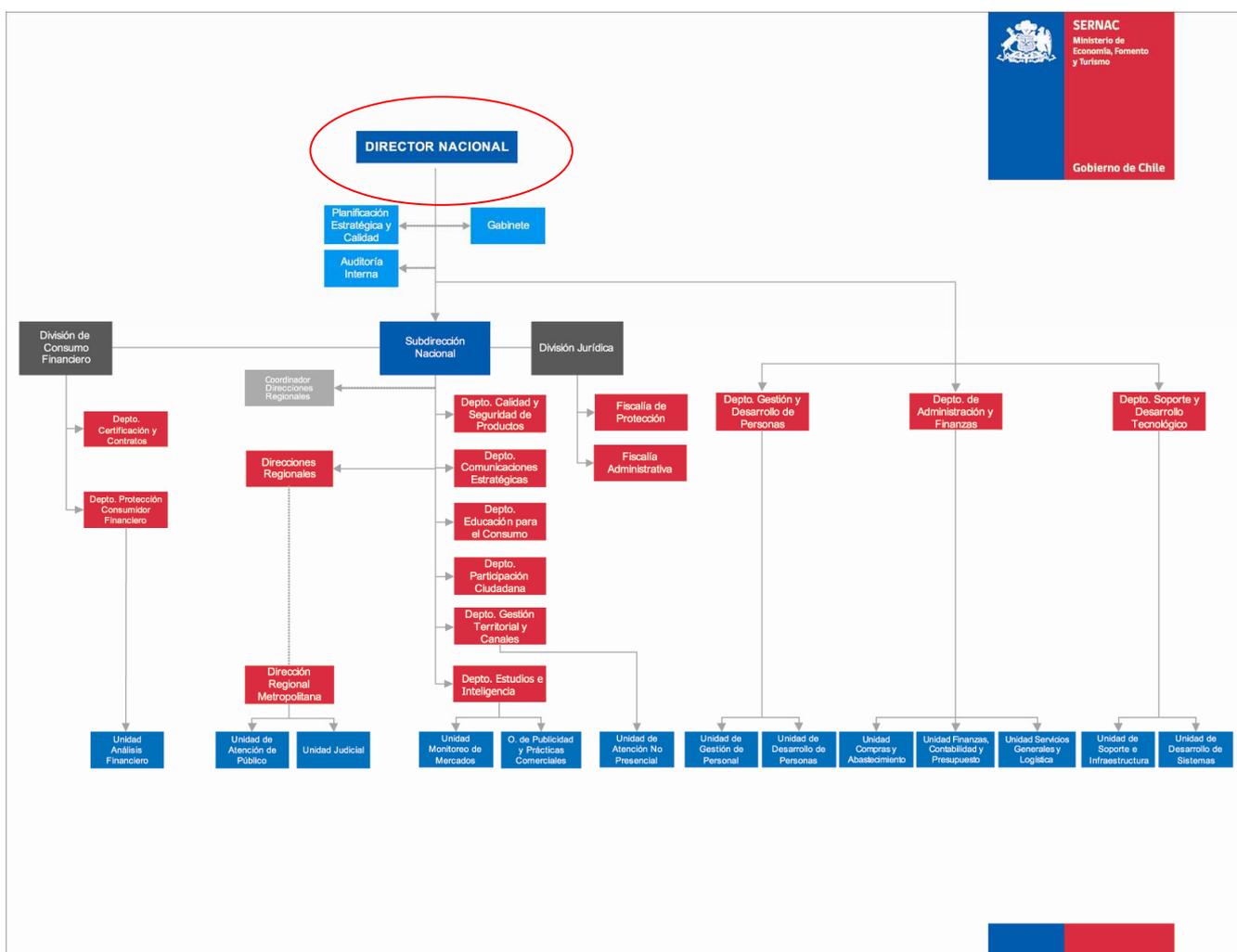
DIMENSIONES DEL CARGO*

N° Personas que dependen directamente del cargo	6
Dotación Total del Servicio**	296
Personas a honorarios	37
Presupuesto que administra*	M\$8.463.528.-
Presupuesto del Servicio*	M\$8.463.528.-

*Fuente: Dirección de Presupuestos del Ministerio de Hacienda

** Dotación máxima autorizada en la Ley de Presupuestos 2013

ORGANIGRAMA



RENTA

El cargo corresponde a un grado **3°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **78%**. Incluye las asignaciones de modernización. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$4.279.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignación de modernización y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignación de modernización, que se detalla a continuación:

Procedencia	Detalle Meses	Sub Total Renta Bruta	Asignación Alta Dirección Pública 78%	Total Renta Bruta	Total Remuneración Líquida Aproximada
Funcionarios del Servicio*	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.561.150.-	\$1.997.697.-	\$4.558.847.-	\$ 3.716.401.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$3.969.650.-	\$3.096.327.-	\$7.065.977.-	\$ 5.443.014.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio					\$4.292.000.-
No Funcionarios**	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.549.606.-	\$1.988.693.-	\$4.538.299.-	\$3.702.100.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$3.958.106.-	\$3.087.323.-	\$7.045.429.-	\$5.431.856.-
Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio					\$ 4.279.000.-

***Funcionarios del Servicio:** Se refiere a los postulantes que provienen del mismo Servicio.

****No Funcionario:** Se refiere a los postulantes que no provienen del mismo Servicio.

*****La asignación de modernización** constituye una bonificación que considera un 15% de componente base y hasta un 7,6% por desempeño institucional.

El no cumplimiento de las metas establecidas en el convenio de desempeño, que debe suscribir el alto directivo público, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

La Renta detallada podría tener un incremento de hasta un 10% por redefinición del porcentaje de asignación de alta dirección pública.

4. CONDICIONES DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PÚBLICOS

- Los nombramientos productos de los concursos públicos, abiertos y de amplia difusión, regulados en el Título VI de la Ley N° 19.882, tienen una duración de tres años y pueden ser renovados por la autoridad competente, esto es, aquella facultada para decidir el nombramiento, hasta dos veces, por igual plazo.
- El nombramiento es a través del Sistema de Alta Dirección Pública y para efectos de remoción se entenderán como cargos de exclusiva confianza. Esto significa que se trata de cargos de provisión reglada a través de concursos públicos, pero las personas así nombradas permanecerán en sus cargos en tanto cuenten con la confianza de la autoridad facultada para decidir el nombramiento.
- Los altos directivos públicos nombrados en los cargos deberán responder por la gestión eficaz y eficiente de sus funciones en el marco de las políticas públicas.
- Los altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva.
- La calidad de funcionario directivo del Servicio será incompatible con el desempeño de cualquier otra actividad remunerada en el sector público o privado, a excepción de labores docentes o académicas, siempre y cuando éstas no superen las 12 horas semanales.
- El alto directivo público nombrado contará con un plazo máximo de tres meses desde su nombramiento para suscribir un convenio de desempeño con el jefe superior del servicio. El convenio será propuesto por dicha autoridad dentro de los cinco días siguientes al nombramiento.
- El alto directivo público deberá informar anualmente a su superior jerárquico, del grado de cumplimiento de las metas y objetivos comprometidos en su convenio. El no cumplimiento de las metas convenidas, tendrá efectos en la remuneración del directivo en el año de gestión siguiente.
- Para la renovación en el cargo por un nuevo período se tendrá en consideración, entre otros, las evaluaciones disponibles del alto directivo, especialmente aquellas relativas al cumplimiento de los acuerdos de desempeño suscritos.
- El alto directivo público tendrá derecho a gozar de una indemnización equivalente al total de las remuneraciones devengadas en el último mes, por cada año de servicio en la institución, con un máximo de seis.
- La indemnización se otorgará en el caso que el cese de funciones se produzca por petición de renuncia, antes de concluir el plazo de nombramiento o de su renovación, y no concurra una causal derivada de su responsabilidad administrativa, civil o penal, o cuando dicho cese se produzca por el término del periodo de nombramiento sin que este sea renovado.