

**Memoria Anual 2009**

**Consejo de Administración  
Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores  
(Artículo 11 bis Ley N° 19.496)**

**Servicio Nacional del Consumidor**

## Índice de Contenidos

<b>CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DE LA MEMORIA ANUAL .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II: CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL FONDO CONCURSABLE .....</b>	<b>4</b>
COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN .....	4
INTEGRANTES DEL CONSEJO (2009 - 2011) .....	4
CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSEJEROS .....	5
FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO.....	5
FUNCIONES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN .....	6
SECRETARIO EJECUTIVO DEL CONSEJO.....	7
<b>CAPÍTULO III : FONDO CONCURSABLE .....</b>	<b>8</b>
ACTIVIDADES QUE PUEDE FINANCIAR EL FONDO .....	8
INICIATIVAS DE LAS ASOCIACIONES QUE NO PUEDEN SER FINANCIADAS POR EL FONDO .....	8
CONCURSOS PÚBLICOS .....	9
LÍNEAS DE PROYECTOS.....	9
POSTULANTES AL FONDO .....	9
CONVENIOS DE EJECUCIÓN Y RESOLUCIONES .....	9
<b>CAPÍTULO IV: PRIMER CONCURSO PÚBLICO DE PROYECTOS 2009 .....</b>	<b>10</b>
BASES DEL CONCURSO .....	10
DESARROLLO DEL PRIMER CONCURSO.....	10
EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS.....	16
CONVENIOS DE EJECUCIÓN.....	24
SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS .....	24
<b>CAPÍTULO V: SEGUNDO CONCURSO PÚBLICO DE PROYECTOS 2009 .....</b>	<b>24</b>
BASES DEL CONCURSO .....	24
DESARROLLO DEL SEGUNDO CONCURSO .....	24
EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS.....	24
CONVENIOS DE EJECUCIÓN.....	24
SEGUIMIENTO Y RESULTADOS DE LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS .....	24
<b>CAPÍTULO VI: EVALUACIÓN PROCESO FONDO CONCURSABLE 2009.....</b>	<b>24</b>

---

## **Capítulo I:**

### **Presentación de la Memoria Anual**

El Consejo de Administración del Fondo Concursable para el financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores, establecido en el artículo 11 bis de la Ley del Consumidor, a través de la presente Memoria Anual informa sobre el trabajo realizado en el período y, especialmente, sobre las dos convocatorias a Concurso Público de Proyectos desarrolladas durante el año 2009.

La reforma de la Ley del Consumidor del año 2004, creó un Fondo Concursable destinado exclusivamente al financiamiento de aquellas iniciativas que las Asociaciones de Consumidores realicen en el cumplimiento de sus objetivos propios. Este Fondo Concursable está compuesto por los aportes que anualmente se contemplan para ese efecto en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor.

Las actividades del Consejo y los Concursos Públicos de proyectos que determinan la asignación de recursos a las Asociaciones de Consumidores están reguladas, además de la Ley del Consumidor y sus modificaciones, por el Reglamento del Fondo Concursable, contenido en los Decretos Supremos N° 37 y N° 225, ambos del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, publicados en el Diario Oficial los días 15 de abril de 2005 y 14 de noviembre de 2007, respectivamente.

Al informar, mediante la presente Memoria Anual, sobre el conjunto de actividades realizadas por el Consejo de Administración entre el 1º de enero de 2009 y el 29 de enero de 2010, se da cumplimiento a lo establecido en las normas legales y reglamentarias que rigen su funcionamiento y, en especial a las referidas a informar a la ciudadanía diversos aspectos de las convocatorias de concursos públicos; el proceso de evaluación y selección; los mecanismos de asignación de recursos; las entidades receptoras de estos recursos y los beneficiarios de sus actividades; el control y seguimiento de los proyectos; el control del uso de los recursos aportados y los principales resultados del proceso de ejecución.

La presente Memoria Anual 2009 informa sobre el desarrollo de cada uno de los proyectos ejecutados en el marco de las convocatorias a Concurso realizadas, con especial énfasis en la observación de sus resultados, aportando información sobre el uso dado a los recursos del Fondo Concursable.

Santiago, 29 de enero de 2009

Consejo de Administración del Fondo Concursable  
Servicio Nacional del Consumidor

## Capítulo II

### Consejo de Administración del Fondo Concursable.

#### 1. Composición del Consejo de Administración.

La reforma a la Ley del Consumidor N° 19.496, establecida a través de la Ley N° 19.955 en julio del 2004, creó un Consejo que está a cargo de la administración del Fondo Concursable. Este Consejo, según su Reglamento, se compone de las siguientes personas:

- Un representante del Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor;
- Un representante del Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción;
- Un representante del Director de la División de Organizaciones Sociales, del Ministerio Secretaría General de Gobierno;
- Un representante de las organizaciones de la sociedad civil, designado por el Director de la División de Organizaciones Sociales, del Ministerio Secretaría General de Gobierno;
- Un representante de las organizaciones comunitarias, designado por la Asociación Chilena de Municipalidades;
- Un representante designado por las Asociaciones de Consumidores, constituidas en conformidad con la ley N° 19.496, y sus modificaciones, sin perjuicio de las normas sobre incompatibilidad que establece el Reglamento;
- Un académico universitario experto en protección del consumidor, con experiencia acreditada mínima de 5 años en actividades de docencia o investigación en el área, designado por el Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas.
- Un Secretario Ejecutivo, funcionario del Servicio Nacional del Consumidor (sólo con derecho a voz).

#### 2. Integrantes del Consejo (2009 - 2011)

A partir de junio de 2009, de acuerdo a las disposiciones del Reglamento sobre constitución y renovación del Consejo, éste modificó su composición; quedando conformado por las personas que a continuación se indican.

##### Consejeros/as:

Fernando Morales Álvarez  
Representante de las Asociaciones de Consumidores  
Consejero.

Iván Venegas Espinoza  
Representante del Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.  
Consejero

José Tomás Morel Lara  
Representante del Ministro de Economía, Fomento y Reconstrucción.  
Consejero

María Elena Vergara Rocha  
Representante del Director de la División de Organizaciones Sociales  
Ministerio Secretaría General de Gobierno.  
Consejera

---

Francisco Castañeda González  
Representante Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas  
Consejero

A la fecha de la presente Memoria Anual, no se ha formalizado ante el Consejo de Administración el nombre del representante de las organizaciones de la sociedad civil, designado por la División de Organizaciones Sociales (DOS), que el Reglamento establece como integrante del Consejo.

Además, durante el ejercicio anual fue comunicado al Consejo de parte de la Asociación Chilena de Municipalidades, que a esta entidad no le corresponde nombrar un representante de las organizaciones comunitarias. Por lo anterior está pendiente una modificación al artículo 6° del Reglamento del Fondo Concursable, materia que se resolverá durante el presente período anual.

**Secretario Ejecutivo:**

Nicolás Corvalán Pino  
Servicio Nacional del Consumidor

**3. Características de los consejeros**

- Los Consejeros ejercen sus funciones ad - honorem.
- Los miembros del Consejo duran dos años en sus cargos, pudiendo ser designados por un nuevo período consecutivo una sola vez. El Reglamento establece que si vacare alguno, el reemplazante debe ser designado por quien corresponda, por el tiempo que faltare para completar el período para el cual fue designado su antecesor.
- El Secretario Ejecutivo del Consejo dura dos años en esta función, pudiendo ser designado nuevamente por períodos sucesivos. Excepcionalmente, en mérito de razones calificadas y fundamentadas, el Consejo podrá requerir al Director del Servicio Nacional del Consumidor, la sustitución del Secretario Ejecutivo por otro funcionario del Servicio, siempre que cuente con el voto favorable de la mayoría absoluta de sus miembros en ejercicio.

**4. Funcionamiento del Consejo**

- El Consejo funciona en dependencias del Servicio Nacional del Consumidor, en la ciudad de Santiago.
- Durante el año 2009, el Consejo de Administración realizó 16 reuniones, cumpliendo en todas ellas con el quórum establecido en el Reglamento para sesionar y/o tomar resoluciones a través de Acuerdos, según correspondiera.

**Tabla N° 1.**  
**Consejo de Administración. Sesiones y materias año 2009.**

N° Reunión		Fecha	N° Asistentes	Materias	Acuerdos adoptados
2009	General				
1	32	23.01	5	Aprobación de las Bases para Primer Concurso 2009.	N° 20
2	33	16.03	4	Evaluación avance tramitación de las Bases Primer Concurso.	-
3	34	21.04	4	Proceso de Admisibilidad y resolución de apelaciones	N° 21
4	35	27.04	5	Inicio proceso de evaluación Primer Concurso 2009	-
5	36	29.04	5	Evaluación y selección de proyectos.	-
6	37	05.05	5	Evaluación y selección de proyectos.	-
7	38	15.05	5	Resolución Primer Concurso de proyectos 2009	N° 22
8	39	27.05	4	Apelaciones Proceso Selección.	N° 23
9	40	25.06	5	Presentación nuevos integrantes del Consejo; Propuesta de Bases Segundo Llamado	N° 24
10	41	01.07	5	Revisión texto Bases Segundo Llamado	-
11	42	14.07	5	Aprobación Bases Segundo Llamado 2009	N° 25
12	43	13.08	5	Evaluación Proyectos Segundo Llamado	N° 26
13	44	19.08	5	Evaluación Proyectos Segundo Llamado	-
14	45	26.08	5	Asignación puntaje proyectos Segundo Llamado	-
15	46	27.08	5	Resolución Segundo Llamado 2009	N° 27
16	47	22.10	5	Calendarización finalizar proceso 2009 y acciones a implementar en 2010	-

## 5. Funciones del Consejo de Administración

Las funciones del Consejo, definidas en el Reglamento son:

- a) Convocar a las Asociaciones de Consumidores, constituidas en conformidad a lo dispuesto en la ley N° 19.496, y sus modificaciones, a Concurso Público para la asignación de los recursos del Fondo;
- b) Fijar, con arreglo a criterios objetivos, los requisitos, formas y procedimientos a que deberán ajustarse las Bases de los concursos públicos que sean convocados y los proyectos que postulen a la asignación de los recursos del Fondo.
- c) Seleccionar los proyectos que postulen las Asociaciones de Consumidores, en conformidad con las Bases del Concurso. En el desempeño de esta función, el Consejo velará porque exista un adecuado equilibrio entre los proyectos de relevancia nacional y los de carácter regional o local.
- d) Declarar desierto todo o parte del Concurso que hubiere convocado, por motivos fundados;

- 
- e) Supervisar el desarrollo de los proyectos aprobados;
  - f) Aprobar el presupuesto y balance anual del Fondo;
  - g) Elaborar anualmente una Memoria que contenga una relación de las inversiones y gastos efectuados en los concursos públicos convocados; de los proyectos financiados; y del efectivo cumplimiento de sus objetivos. Copia de dicha memoria se remitirá a ambas Cámaras del Congreso Nacional;
  - h) Resolver las cuestiones que se susciten por la aplicación del Reglamento.

#### **6. Secretario ejecutivo del Consejo.**

La función de Secretario del Consejo es realizada por un profesional del Servicio Nacional del Consumidor, designado por su Director Nacional; es el responsable de brindar apoyo al Consejo en todas las acciones que demanda su adecuado funcionamiento; actúa en calidad de ministro de fe en las sesiones del Consejo y ejecuta las demás obligaciones que el Reglamento le encomienda.

---

## Capítulo III

### Fondo Concursable

Como se ha referido en esta Memoria Anual, la modificación a la Ley del Consumidor a través de la Ley N° 19.955 durante del año 2004, incorporó el artículo 11 bis que creó el Fondo Concursable para el financiamiento de las iniciativas que las Asociaciones de Consumidores, que constituidas conforme a la Ley, desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos.

Como define la mencionada norma, el Fondo Concursable ha estado compuesto con los aportes que cada año se contemplan en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor y podría estarlo, por las donaciones que realicen organizaciones sin fines de lucro, sean éstas nacionales o internacionales.

Durante el período que se informa el monto total inicialmente asignado por la Ley de Presupuesto al Servicio Nacional del Consumidor para el Fondo Concursable fue de \$ 218.014.000.- (Doscientos dieciocho millones catorce mil pesos). El Fondo no recibió para su ejercicio anual, ninguna donación, nacional o internacional. De acuerdo a redefiniciones presupuestarias realizadas en el ejercicio anual, el presupuesto efectivamente asignado a esta partida del presupuesto fue de \$ 203.008.000.- (Doscientos tres millones ocho mil pesos), los que fueron íntegramente aportados en los concursos públicos que se informan en la presente Memoria.

#### 1. Actividades que puede financiar el Fondo

De acuerdo a las normas legales y reglamentarias los recursos del Fondo sólo pueden destinarse al financiamiento, total o parcial, de proyectos de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, cuyos objetivos sean:

- a) Difundir el conocimiento de las disposiciones de la Ley N° 19.496, y sus modificaciones, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y sus regulaciones complementarias;
- b) Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando la requieran;
- c) Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo;
- d) Participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulan.

#### 2. Iniciativas de las Asociaciones que NO pueden ser financiadas por el Fondo

Por su parte, de acuerdo a las normas referidas, los recursos del Fondo no pueden destinarse al financiamiento de acciones o actividades relacionadas con:

- a) La representación de sus miembros y el ejercicio de las acciones a que se refiere la Ley N° 19.496, y sus modificaciones, en defensa de aquellos consumidores que le otorguen el respectivo mandato.
- b) La representación tanto del interés individual, como del interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan.

### **3. Concursos públicos**

La Ley del Consumidor señala que la asignación de recursos a las Asociaciones de Consumidores debe realizarse mediante Concurso Público de proyectos. Cada una de las convocatorias se realiza de acuerdo a Bases de Concurso Público que deben ser aprobadas por el Consejo de Administración. De acuerdo a los montos totales de la convocatoria, debe considerarse el trámite de Toma de Razón ante la Contraloría General de la República, atendiendo a las normas sobre la materia.

### **4. Líneas de proyectos**

Asimismo, por mandato legal y reglamentario, el Fondo Concursable puede financiar tanto proyectos de relevancia nacional, como de carácter regional o local; procurando mantener un equilibrio en la distribución de recursos, entre ambas líneas de proyectos. El Fondo puede, además, financiar líneas de proyectos específicos.

El Consejo estableció en las Bases del Segundo Concurso desarrollado en 2009 que se implementaría una línea de proyectos específicos que consideró diversas temáticas, con el objetivo de incentivar la realización de proyectos más complejos y ambiciosos que las líneas generales de postulación y cuya ejecución produjera un impacto mayor en la realidad de consumo sobre la que intervienen (campañas nacionales de difusión de derechos y deberes de los consumidores/as, encuentro de Asociaciones de Asociaciones de Consumidores y estudios de productos). La línea específica, procura además, constituirse en un ejercicio que potencie la propia estructura de las organizaciones, al someterlas al cumplimiento de requisitos y estándares de ejecución mayores.

### **5. Postulantes al Fondo**

Pueden postular sus proyectos a los concursos las Asociaciones de Consumidores que se encuentren constituidas en conformidad con lo dispuesto en el Título II, párrafo 2º, de la Ley N° 19.496, y sus modificaciones; además, de acuerdo al Reglamento, las Asociaciones deberán tener a lo menos seis meses de vigencia al momento de efectuar su postulación.

A través de las Bases del Concurso Público se establecen los requisitos específicos que deben cumplir las Asociaciones en cada llamado o concurso, de acuerdo a las normas generales sobre estas materias, a las de su Reglamento y a las disposiciones de la Ley del Consumidor.

### **6. Convenios de ejecución y resoluciones**

Los proyectos seleccionados por el Consejo, son ejecutados por las Asociaciones a partir de la firma de un Convenio de Ejecución entre la Dirección Nacional del Servicio Nacional del Consumidor y lo/as respectivo/as representantes legales de las Asociaciones. Este convenio debe ponerse en ejecución, a través de una Resolución Exenta del Director Nacional del SERNAC que así lo dispone.

## Capítulo IV

### Primer Concurso Público de Proyectos 2009

#### 1. Bases del Concurso

El Consejo de Administración, mediante Acuerdo N° 20 de 23 de enero de 2009, aprobó las Bases del Primer Concurso Anual de Proyectos 2009, para el financiamiento de iniciativas de las Asociaciones de Consumidores constituidas en conformidad a la Ley del Consumidor. El texto de estas Bases fue aprobado por el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor mediante Resolución Exenta N° 308 de fecha 27 de febrero de 2009.

#### 2. Desarrollo del Primer Concurso

##### 2.1 Proceso de postulación.

De acuerdo a la convocatoria pública, el proceso de postulaciones al Concurso se cerró el día viernes 27 de marzo de 2009, a las 13:00 horas, en las oficinas de las Direcciones Regionales del Servicio Nacional del Consumidor en el país.

Según consta en el Acta de Recepción, el Consejo recibió la postulación de 55 proyectos, en las Direcciones Regionales del SERNAC en las regiones de Tarapacá, de Antofagasta, de Atacama, de Coquimbo, de Valparaíso, Metropolitana, del Maule, de la Araucanía, de Los Ríos y de los Lagos.

El listado completo de proyectos presentados en cada región, se informa en la tabla N° 2.

**Tabla N° 2.**  
**Primer Concurso 2009. Proyectos postulados por Región.**

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
<b>Región de Tarapacá.</b>				
1	Diplomado para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas de Iquique y Alto Hospicio en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región (ARDEC)	27.03	11:00
2	Escuela Itinerante para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas rurales de la provincia del Tamarugal en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	ARDEC	27.03	11.00
3	Programa de televisión El consumidor siempre tiene la razón.	ARDEC	27.03	11.00

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
4	Suplemento escrito denominado El consumo nos consume, inserto en el periódico El Poblador para la difusión y el conocimiento de las disposiciones de la ley N.° 19.496 y la entrega de conocimientos para las buenas practicas de consumo.	ARDEC	27.03	11.00
<b>Región de Antofagasta</b>				
5	Primer Foro de Asociaciones de Consumidores de la Zona Norte.	Asociación de Protección al Consumidor (APAC)	27.03	11.30
6	Campaña comunicacional para la difusión de los derechos y deberes de los consumidores.	APAC	27.03	11.30
<b>Región de Atacama.</b>				
7	Promoviendo Nuestros Derechos: Consumidores y Usuarios de Atacama en Acción.	Asociación de Consumidores de Vallenar (ADECOVALL)	27.03	12.30
<b>Región de Coquimbo.</b>				
8	Plan de difusión ACAI Región de Coquimbo.	Asociación de Consumidores Acción Inteligente (ACAI)	27.03	12:30
9	El adulto mayor consume con inteligencia.	ACAI	27.03	12:30
<b>Región de Valparaíso.</b>				
10	Talleres de capacitación y Difusión de la ley N.° 19.496, en establecimientos educacionales de Con Con, La Calera, La Cruz, La Calera, La Ligua, Papudo, Puchuncaví, Quilpue, Quillota, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor activo. Tercera etapa.	Asociación de Consumidores de Quintero (ADECO – Quintero)	27.03	12:03
11	Talleres de capacitación y Difusión de la ley 19.496 para dirigentes sociales de organizaciones juveniles y adultos de las comunas de: Con Con, Puchuncaví, Quillota, La Cruz, La Calera, Hijuelas, Limache, Olmué, Nogales y Quintero, para formar al futuro consumidor activo. Segunda etapa.	ADECO- Quintero	27.03	12:03
<b>Región Metropolitana.</b>				
12	Hemeroteca del consumo.	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria (ACAM)	26.03	11.00
13	Continuación Blog de Consumo.	ACAM	26.03	11.00
14	Actualización pagina Web.	ACAM	26.03	11.00
15	Orientación legal a consumidores.	ACAM	26.03	11.00

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
16	Situaciones de orden práctico del Seguro Obligatorio de Accidentes Personales.	ACAM	26.03	11.00
17	Juego didáctico niños.	ACAM	26.03	11.00
18	Proyecto de difusión audiovisual para Asociaciones de Consumidores.	Asociación de Consumidores Defensores de los Intereses Colectivos de los Consumidores (DECCO)	27.03	11.10
19	Administración y desarrollo Web de ODECU.	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile (ODECU)	27.03	11.23
20	Creación e instalación del centro de mediación.	ODECU	27.03	11.23
21	Sitio Web mis deudas.	ODECU	27.03	11.23
22	Difusión de la Ley 19.496 y normas complementarias.	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile (CONADECUS)	27.03	11.45
23	Publicaciones Centro de orientación y estudio para los consumidores.	CONADECUS	27.03	11.45
24	Sistema integral de información y apoyo para los consumidores.	CONADECUS	27.03	11.45
25	Capacitación a monitores de la Ley del Consumidor en centros culturales.	CONADECUS	27.03	11.45
26	Escuelas vecinales de educación e información al consumidor.	Asociación de Consumidores y Usuarios Metropolitana (ACUM)	27.03	12.10
27	Estudio de Percepción de las causas y efectos del endeudamiento para la aplicación de medidas de control del consumo crediticio y la promoción de los derechos del consumidor.	ACUM	27.03	12.10
28	Conociendo los derechos en Ley de urgencia y emergencia: Ley N.° 19.650.	Asociación de Consumidores AUSECH	27.03	12.28
29	Aprendiendo juntos defendemos nuestros derechos. Pedro Aguirre Cerda y Lo Espejo aprenden y promueven la ley del consumidor.	Asociación de Consumidores y Usuarios de La Victoria y San Joaquín (ACUJOVIC)	27.03	12.36

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
30	Centro de Información, investigación y análisis de consumidores.	Asociación de Consumidores Liga Ciudadana	27.03	12.45
31	La dieta económica de las familias de escasos recursos. Grasas y proteínas en las salchichas/vienesas. Estudio de laboratorio e etiquetado.	Liga Ciudadana	27.03	12.45
31	La dieta económica de las familias de escasos recursos. Grasas y proteínas en las salchichas/vienesas. Estudio de laboratorio e etiquetado.	Liga Ciudadana	27.03	12.45
32	Contenido nutricional de los avisos de alimentos dirigidos a niños y adolescentes en la televisión abierta de Chile.	Liga Ciudadana	27.03	12.45
33	Telescopio de la mujer: Factores y estrategias en el endeudamiento de las trabajadoras.	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Salud y la Previsión (ANADEUS)	27.03	12.46
34	Pedro Aguirre Cerda abre el telón: Niños y niñas conocen sus derechos como consumidores/as.	ANADEUS	27.03	12.46
35	Influencia de la publicidad consumista en los hábitos de consumo en niños de 8 a 10 años.	ANADEUS	27.03	12.46
36	Red de protección al consumidor y posicionamiento de ANADEUS en las comunas de lo Espejo y Peñalolén.	ANADEUS	27.03	12.46
37	Actualización del límite de invierno para consumos residenciales de distribución eléctrica.	Asociación de Consumidores de la Provincia de San Antonio (CONPROSA)	27.03	12.55
38	Spot televisivo: Mis derechos en la publicación de mis datos personales.	Asociación de Consumidores de Santiago (ACOSAN)	27.03	12.58
39	Mano a mano con el consumidor.	ACOSAN	27.03	12.58
40	El maletín escolar.	ACOSAN	27.03	12.58
41	El teatro del consumidor.	ACOSAN	27.03	12.58

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
<b>Región del Maule.</b>				
42	Información y orientación de los consumidores en relación a los alimentos que contienen organismos genéticamente modificados (OGM)	Asociación de Consumidores Conscientes por la Salud y el Medio Ambiente	27.03	12:40
<b>Región de La Araucanía.</b>				
43	Sistema Integral de Asesoría y Capacitación a Consumidores de Temuco y Padre de Las Casas.	Asociación de Consumidores del Sur (CDS)	27.03	12.52
44	A través de la televisión fortalecemos la educación de los consumidores.	CDS	27.03	12.52
45	Encuesta de precios de productos alimenticios y publicación de informativo para consumidores.	CDS	27.03	12.52
46	Capacitación de dirigentes de la red de asociaciones de consumidores del sur en cooperativas de consumo y en metodologías de investigación.	CDS	27.03	12.52
47	Capacitación de dirigentes vecinales urbanos y productores rurales sobre cooperativas de consumo.	CDS	27.03	12.52
<b>Región de Los Lagos.</b>				
49	Construcción e implementación de módulo interactivo de educación y auto atención.	Asociación de Consumidores de Osorno (ACO)	27.03	12:00
50	Instalación de mecanismo alternativo de solución de conflictos entre consumidores y proveedores de Osorno.	ACO	27.03	12:00
51	Feria itinerante provincial exposición temática derechos del consumidor y obra de teatro "¿Dónde está mi boleta?"	ACO	27.03	12:00
52	La vitrina del consumidor 2009	ACO	27.03	12:00
53	Oficina, implementos tecnológicos e imagen corporativa para CIDER. Etapa 1.	Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región (CIDER)	27.03	13:00
54	Dialogando el consumo en Puerto Montt a través de los medios de comunicación locales.	CIDER	27.03	13:00
55	Ayer, hoy y mañana de nuestra agua.	Asociación de Consumidores de Chiloé (CHILOEACTIVO)	27.03	13:00

## 2.2 Examen de admisibilidad de los proyectos.

De acuerdo a lo dispuesto en las Bases del Primer Concurso, el Secretario Ejecutivo del Consejo constató en el Acta de Admisibilidad de los proyectos aprobada el día 07 de abril de 2009, que cumplida la revisión de la documentación presentada por las Asociaciones de Consumidores postulantes, correspondía rechazar en los términos previstos por el apartado 2.6 de las Bases, sobre incumplimiento de los requisitos, los siguientes proyectos:

**Tabla N° 3.**  
**Primer Concurso 2009. Proyectos declarados inadmisibles.**

N°	Proyecto	Asociación	Motivo de la inadmisibilidad
5	Primer Foro de Asociaciones de Consumidores de la Zona Norte.	Asociación de Protección al Consumidor (APAC)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
6	Campaña comunicacional para la difusión de los derechos y deberes de los consumidores.	APAC	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
26	Escuelas vecinales de ecuación e información al consumidor.	Asociación de Consumidores y Usuarios Metropolitana (ACUM)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra d), sobre presentación de fotocopia autorizada ante Notario de la cédula nacional de identidad del representante legal de la Asociación. Encontrarse en la situación prevista en el apartado 1.2 inciso 3°, sobre mantener pendientes informes de Concurso Anual de Proyectos 2008 del Fondo Concursable.
27	Estudio de Percepción de las causas y efectos del endeudamiento para la aplicación de medidas de control del consumo crediticio y la promoción de los derechos del consumidor.	ACUM	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra d), sobre presentación de fotocopia autorizada ante Notario de la cédula nacional de identidad del representante legal de la Asociación. Encontrarse en la situación prevista en el apartado 1.2 inciso 3°, sobre mantener pendientes informes de Concurso Anual de Proyectos 2008 del Fondo Concursable.
37	Actualización del límite de invierno para consumos residenciales de distribución eléctrica.	Asociación de Consumidores de la Provincia de San Antonio (CONPROSA)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
56	Ayer, hoy y mañana de nuestra agua.	Asociación de Consumidores de Chiloé (CHILOEACTIVO)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.

### 2.3 Reclamaciones en proceso de admisibilidad:

El Consejo de Administración del Fondo Concursable destinado al financiamiento de iniciativas de las Asociaciones de Consumidores resolvió las apelaciones presentadas por las Asociaciones de Consumidores al rechazo de sus proyectos, de acuerdo a Acta de Admisibilidad.

Este proceso no resultó en una alteración de los proyectos declarados admisibles por cuanto todas las apelaciones fueron desestimadas.

## 3. Evaluación de los proyectos

### 3.1 Criterios de evaluación y ponderaciones:

De acuerdo a las Bases del Concurso, la evaluación de los proyectos consideró dos etapas. En primer lugar, una evaluación técnica cuyo objetivo fue precisar la factibilidad técnica y operacional del proyecto; en esta fase se calificaron los criterios de coherencia y claridad en la formulación del proyecto, análisis financiero y presupuestario y antecedentes curriculares y de experiencia, aportados en cada proyecto por las Asociaciones postulantes.

En la segunda fase, denominada Análisis cualitativo del proyecto, destinada a realizar una evaluación de la calidad, impacto y proyección social del proyecto, se consideraron los criterios de orientación estratégica; legitimidad social e impacto institucional del proyecto.

Los criterios expuestos, están definidos detalladamente en las Bases del Primer Concurso 2009 y en la Ficha Única de Evaluación y tienen las ponderaciones que se indica en la tabla siguiente:

**Tabla N° 4**  
**Primer Concurso 2009. Criterios de evaluación y ponderaciones.**

Fase de evaluación	Criterios de evaluación	Factores de evaluación	Ponderación del factor %	Ponderación del criterio %	
Evaluación técnica	Coherencia y claridad en la formulación del proyecto	Verificar contenidos del proyecto en relación a los objetivos del Concurso.	2	12	
		Claridad y consistencia de los objetivos, fundamentación y descripción del proyecto.	5		
		Plan de producción, actividades y cronograma.	5		
	Análisis financiero y presupuestario	Análisis financiero y presupuestario	Viabilidad material y financiera.	4	12
			Adecuación de medios a objetivos del proyecto.	4	
			Presupuesto congruente con objetivos y metas del proyecto.	4	

Fase de evaluación	Criterios de evaluación	Factores de evaluación	Ponderación del factor %	Ponderación del criterio %
	Experiencia de la Asociación y currículum de los ejecutores	Currículo del profesional, técnico o experto, en materias vinculadas al proyecto.	12	22
		Experiencia de la Asociación en materias vinculadas al proyecto.	10	
Evaluación cualitativa del proyecto	Orientación estratégica	Planteamiento de iniciativas destinadas a atender demandas y/o problemas de los consumidores.	5	20
		Construcción de bienes colectivos para satisfacción de necesidades de los consumidores.	5	
		Logros medibles de la intervención planteada por el proyecto.	5	
		Innovación temática del proyecto.	5	
	Legitimidad social	Participación social en el proyecto.	4	20
		Conocimiento público de las prestaciones del proyecto.	4	
		Incidencia en políticas públicas de consumo.	4	
		Inclusión de la perspectiva género.	8	
	Impacto institucional	Sustentabilidad de la prestación.	5	14
		Replicabilidad de la experiencia planteada en el proyecto (grados de replicabilidad).	5	
Asociatividad.		4		
<b>Puntaje total</b>				<b>100</b>

### 3.2 Asignación de puntajes.

Con los antecedentes señalados, la evaluación de los proyectos se realizó en una primera etapa por cada uno de los Consejeros de manera individual y, luego, conjuntamente en sesiones de los días 27 y 29 de abril y 05 y 15 de mayo de 2009. Los resultados de esta tarea se resumen en las tablas siguientes:

Evaluación de proyectos nacionales:

**Tabla N° 5.  
Primer Concurso 2009. Proyectos nacionales. Resultados del Proceso de evaluación.**

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
19	Administración y desarrollo de página Web <a href="http://www.odecu.cl">www.odecu.cl</a>	Mantener actualizada página Web	1. Actualización y mantenimiento del sitio <a href="http://www.odecu.cl/">http://www.odecu.cl/</a> , estableciendo ciertos plazos máximos de renovación de la información.	6	7.565.000	4.500.000	47,6	1. Presupuesto debe ser ajustado en montos de honorarios. 2. Resulta necesaria la incorporación de un contador de visitas, con el objeto de identificar usuarios y definir perfiles. 3. Se sugiere incorporar elementos de perspectiva de género en el sitio (lenguaje no sexista, contenidos). 4. Deberá registrar estado actual de la página y cambios realizados, en formato papel, con fines de evaluación.
22	Difusión de la Ley N° 19.496 y normas complementarias 2009"	Diversas actividades de difusión de los contenidos de la Ley del Consumidor.	1. Publicación de 10 artículos o análisis de la Ley, en sitio <a href="http://www.conadecus.cl/">http://www.conadecus.cl/</a> 2. 27 programas en Radio USACH, de media hora, semanal. 3. Elaboración y distribución de un total de 4.000 (2.000 cada uno) ejemplares de dos folletos temáticos (Derechos y deberes, derecho de retracto en la Ley)	6	4.485.000	4.000.000	47,6	1. Ajustar honorarios, gastos operacionales y de difusión. 2. Incorporar en el diseño del proyecto, el perfil de los destinatarios de los materiales y del programa radial. 3. Debe integrar actividad de difusión del material. 4 Se sugiere incorporar perspectiva de Educación para el Consumo de SERNAC, particularmente en lo referido a contenidos de la Ley y ejercicio de derechos. 5. Evaluar la incorporación de perspectiva de género, en lenguaje y contenidos.

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
21	Misdeudas	Sitio Web de atención al consumidor sobre endeudamiento, orientación legal y financiera para un uso racional del crédito.	1. Canal de atención virtual y presencial disponible para usuarios/as.	6	7.560.000	5.500.000	45,5	1. Debe ajustarse gastos de honorarios, en función de los objetivos del proyecto. 2. Los gastos operacionales, deben ser redefinidos, pudiendo ser ampliados. 3. Pueden considerarse gastos de difusión no planteados en la propuesta original. 4. Adicionalmente, para una mejor definición del proyecto, se deberá prestar atención a estadísticas de atención y casos, específicos.
32	Contenido Nutricional de los avisos de alimentos dirigidos a niños y adolescentes en la televisión abierta de Chile.	Análisis del contenido nutricional de los alimentos dirigidos a niños que presentan sus anuncios en horario con mayor presencia infantil, y difusión de los resultados	1. Estudio sobre alimentos publicitados en televisión abierta para niños y adolescentes. 2. Distribución del informe, conferencia de prensa y seminario de difusión de los resultados. 3. Realización de 3 programas de televisión digital de 5 minutos cada uno	6	7.390.000	5.500.000	42,9	1. Ajustar gastos de honorarios, en responsable y coordinación no parece justificada. Además, en los ítems de gastos operacionales y difusión, debe reordenar las actividades según plan de trabajo, sin cambiar monto global. 2. Debe describir con mayor detalle el plan de investigación. 3. Se debe describir la población afectada y beneficiada con mayor precisión (cuantificar, estimar). 4. Debe ordenar y acotar objetivo general y resultados esperados del proyecto.
24	Sistema de Información y apoyo para consumidores y usuarios IV	Se presenta la continuidad del proyecto de atención pública que ha lleva a cabo la	1. Atender consultas desde sitio Web 2. Atender 40 consumidores mensuales en oficina 3. Mantener actualizado el sitio Web, con frecuencia de al	6	7.628.000	5.300.000	42,4	1. Ajustar presupuesto en ítem honorario. 2. Débil definición del problema de consumo a abordar; la justificación de continuidad del proyecto puede ser mejorada, precisando logros

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
		organización.	menos 3 veces por semana.					de ejecuciones previas (ampliar usuarios, mejorar sistema de registro). 3. Debe mejorar la cuantificación de población afectada, ni beneficiaria; tratándose de un proyecto de continuidad se podría hacer una estimación.
38	Spot televisivo: Mis derechos en la Publicación de mis datos personales	Realización de 2 spot publicitarios sobre derechos de la Ley de datos personales, en canales de televisión abierta nacionales.	1. 2 spot televisivos de 30 segundos en televisión abierta nacional (100 exposiciones, durante 3 meses). 2. 10 DVDs con spot publicitarios para difusión entre igual número de Asociaciones de Consumidores. 3. Guía legal sobre los derechos de las personas sobre sobres sus datos.	5	7.000.000	7.000.000	42,2	1. Ajustar y justificar la información sobre rangos de edad de población beneficiaria. 2. Elaborar pauta de los spot, tomando en cuenta lenguaje adecuado a población objetivo (integrando lenguaje no sexista) 3. Resultaría muy conveniente que la difusión de la información en DVDs considerara redes territoriales de Asociaciones y otros actores eventualmente interesados, más allá de la Región Metropolitana.
47	Capacitación de Dirigentes de la red de asociaciones de consumidores del sur en cooperativas de consumo y metodologías de investigación	Encuentro de dirigentes de la Asociación de Consumidores del sur.	1. Realización de un encuentro de dirigentes de Asociaciones de Consumidores de Concepción a Añud, con asistencia de 38 directivos. 2. Elaboración de 100 manuales de capacitación.	6	4.200.000	3.500.000	40,2	1. Ajustar presupuesto en gastos de honorarios (precisar relatoria/as). 2. Integrar plan de difusión de la actividad. 3. Debe complementar información sobre descripción del proyecto y continuidad (no cumple con el requisito formal establecido). 4. Debe identificar adecuadamente beneficiarios/as. 5. Debe especificar en la propuesta los contenidos del Manual y modo de distribución.



N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
16	Situaciones de orden práctico del Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP)	Estudio sobre las materias relacionadas con la ley 18.490 y las principales causas de rechazo del pago por parte de las aseguradoras, las impropiedades, los trámites exigidos a los consumidores y que corresponden a otras entidades así como todas las situaciones de orden práctico que hagan más expedito el trámite.	1. Estudio y análisis de la normativa, compilación de resultados, 2. Publicación de los resultados, 3. Reuniones con organismos pertinentes.	4	6.600.000	4.000.000	40,1	1. Debe incorporarse al ítem honorario el costo de producción de la investigación, con indicación de la persona o consultora que la realizará, ajustando su monto. 2. La difusión de los resultados debería realizarse no sólo por medio electrónico en la Web, sino por otros medios a destinatarios tales como las demás Asociaciones (por ejemplo Manual impreso / documentos / dípticos). 3. Evaluar la elaboración de sistematización de propuestas de mejora a la legislación en los puntos que proceda, según resultados del estudio. 4. La elaboración de la propuesta no cumplió con líneas mínimas necesarias para adecuada descripción del proyecto; deberá completarlas.
31	La dieta económica de las familias de escasos recursos: grasas y proteínas en vienasas, estudio laboratorio.	Estudio de productos y análisis de rotulación, oferta de vienasas.	1. Estudio de calidad y rotulación en vienasas, a muestra representativa (o totalidad de oferta en RM). 2. Difusión de los resultados.	5	6.800.000	0	39,4	1. Presupuesto no ajustado a los contenidos del proyecto. 2. Población afectada y beneficiaria no están definidas, ni estimadas cuantitativamente. 3. Objetivo general no está bien planteado, debe ajustarse. 4. No describe adecuadamente plan de difusión de los resultados.



N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
23	Publicaciones centro de orientación y estudios para los consumidores II	Publicación de documentos de investigación y posición pública de la Asociación en temas de interés.	1. Realizar dos publicaciones con 2000 ejemplares cada una	6	3.840.000	0	39,2	1. La Problematicación no cumple con el mínimo de líneas requerido. 2. No da cuenta claramente de los logros de anteriores ejecuciones y de la innovación que espera lograr en versión 2009. 3. Descripción del proyecto es débil. 4. No cuantifica la población afectada, ni beneficiaria. 5. Considerando que es un proyecto de continuidad, dirigido a grupos específicos, podría integrar etapa de evaluación del material, antes de su publicación, mediante técnicas cualitativas básicas.
14	Actualización pagina Web Asociación	Actualización del sitio Web de la asociación, integrando nuevas secciones y mejoras tecnológicas	1. Rediseño de la página institucional.	6	3.500.000	0	39	1. No define con claridad el problema de consumo que se plantea resolver. 2. Es un proyecto de continuidad, debería haber completar la sección pertinente. 3. No cumple con lo mínimo requerido en la sección de descripción del proyecto. 4. No realiza estimación de la población afectada, ni beneficiaria. 5. Este proyecto junto a los 12, 13 y 15 se relacionan con productos digitales.

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
17	"Juego didáctico para niños"	Elaboración de material didáctico (juego/s) sobre situaciones de consumo para niños/as entre 4 y 8 años.	1. Elaboración de juego y difusión a través de sitio Web.	5	5.650.000	0	38,8	1. El presupuesto no ajusta a las actividades programadas. 2. Planteamiento del problema es muy general y no justifica con cifras y/o situaciones específicas de consumo que buscaría abordar con la realización del proyecto. 3. No cuantifica la población afectada, ni directa e indirecta. 4. En sección descripción del proyecto no cumple con requisitos mínimos, por lo cual no expresa claramente cómo pretendían abordar el problema.
13	Continuación de Blog ZONA CONSUMO	Actualización de Blog institucional.	1. Actualización y mejoras del sitio. 2. información pública sobre su existencia.	6	4.771.000	0	38,4	1. El presupuesto no se ajusta a las actividades propuestas. 2. El planteamiento del problema es débil y no cumple con requisito de proyectos de continuidad dónde se dé una correcta evaluación del uso y necesidad de la continuidad del sitio 3. La población no es cuantificada, podría realizarse una estimación a partir de los años anteriores 4. La descripción del proyecto no cumple con el mínimo requerido y no da cuenta del cómo se realizará el proyecto. No queda claro por tanto, el nuevo valor que generará el proyecto.

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
53	La Vitrina del Consumidor	Realizar programas de televisión con el fin de transmitir información acerca de los Deberes y Derechos de los Consumidores	1. Realización de 6 Programas de 30 minutos de duración (retransmisión quincenal, días sábado en horario prime) 2. Elaboración y distribución de Folletería y material sobre el programa.	5	8.608.800	0	38,4	1. La formulación del proyecto se realiza en formato no adecuado y reitera información de presentaciones previas, sin actualizarla. 2. No define con claridad población afectada y beneficiaria. 3. Objetivo general y resultado esperado no están técnicamente bien planteados. 4. Presupuesto no ajustado a las actividades descritas.
12	"Creación de una hemeroteca del consumo"	Actualización de información disponible en su sitio Web.	1. Actualización de hemeroteca en sitio de ACAM.	6	4.450.000	0	38	1. El planteamiento del problema es general, débil, sin información. 2. La población no ha sido cuantificada 3. La descripción del proyecto es débil. 4. El objetivo general y los resultados esperados no están bien elaborados, de acuerdo al problema planteado.
30	Centro de información, investigación y análisis periódico del tema de consumidores	Organización de un centro que tiene como objetivo recopilar información, procesarla y darla a conocer a los consumidores	1. Creación de sitio Web de la Asociación y su mantención por período de ejecución. 2. Elaboración de boletines de prensa a suscriptores XX <sup>1</sup> (no cuantificado, ni caracterizados). 3. Elaboración y distribución de XX "revistas audiovisuales" a XX suscriptores; con publicación en Web, XX canales de TV regionales y	6	5.450.000	0	37,7	1. Planteamiento del problema no cuenta con el mínimo de líneas requerido y su contenido es débil. 2. No realiza focalización de la población objetivo, ni descriptiva ni cuantitativamente. 3. Mal planteamiento del objetivo y los productos (resultados esperados) no son consistentes. 4. El presupuesto, especialmente, en el ítem

<sup>1</sup> Se utiliza la nomenclatura "XX" cuando uno de los resultados esperados planteados en el proyecto postulante no especifica cantidades o contenidos de los productos a generar a través de su ejecución.

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
			comunitarios (no definidos) y XX líderes de opinión.					honorario resulta alto, considerando la escasa claridad sobre las tareas a realizar.
15	Orientación Legal a Consumidores	Crear Página Web con el fin de recibir consultas en diversas materias.	1. Plataforma de atención de público habilitada (actualizada).	6	4.971.000	0	36,2	1. El problema planteado tiene por objeto la defensa jurídica, orientación y apoyo en juicio, materia no financiable por el Fondo. 2. La población no es cuantificada. 3. Objetivo general y específico no están elaborados en coherencia con el problema. 4. La sustentabilidad del proyecto no se identifica con claridad (no cumple con mínimo formal requerido).
<b>Total</b>					<b>100.468.800</b>	<b>39.300.000</b>		

Evaluación de proyectos regionales / locales.

**Tabla N° 6.  
Primer Concurso 2009. Proyectos regionales / locales. Resultados del proceso de evaluación.**

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
34	Pedro Aguirre Cerda abre el telón: Niños y niñas conocen sus derechos como consumidor	Talleres teatro de títeres en colegios básicos de la comuna de Pedro Aguirre Cerda.	1. 120 alumnos de 4 / 5to básico reciben talleres de 8 horas sobre generación de teatro de títeres, en 4 colegios de la comuna de Pedro Aguirre Cerda. 2. Encuentro Inter.-escolar, con presentación de teatro de títeres sobre problemas de consumo. 3. Registro audiovisual de las actividades.	6	5.795.000	5.275.000	60,8	1. Presupuesto debe ajustar montos de honorarios y operacionales al monto aprobado. 2. Profundizar tanto el plan de difusión, como resultados esperados, con el objeto de compartir experiencia hacia otras organizaciones o instancias educacionales.
33	Telescopio de la mujer: Factores y Estrategias en el Endeudamiento de las Trabajadoras	Investigación, que permita identificar los diversos factores que inciden en el endeudamiento de las mujeres trabajadoras, y las principales estrategias que ellas utilizan para prevenir y enfrentar un sobreendeudamiento.	1. Investigación cuantitativa descriptiva del endeudamiento de las mujeres trabajadoras	4	6.472.000	5.000.000	56,3	1. Presupuesto debe ajustar montos de honorarios y gastos de operación. 2. Precisar texto del objetivo general e integrar un plan de difusión como resultados esperado.

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
35	Influencia de los medios de comunicación en los hábitos de consumo en niños de 8 a 10 años	Realización de ciclo de clases a estudiantes de enseñanza básica de Santiago centro, con el fin de promover y enseñar a los niños temas de consumo que permita generar en ellos herramientas útiles en la materia.	1. 180 niños y niñas informados acerca de la publicidad y el consumo. 2. 80 niños y niñas socializan aprendizajes de taller a través de foro	6	4.178.400	3.600.000	50,5	1. Presupuesto debe ajustar honorarios al monto aprobado; en los gastos de difusión considerar la revisión de gastos en poleras, integrando alguna actividad de los propios beneficiarios/as. 2. Deben establecer distribución de la población según sexo. 3. Se debe definir cuáles serán los criterios para elegir a las escuelas.
25	Capacitación de Monitores de la Ley del Consumidor en Centros Culturales	Difusión de Deberes y Derechos de los Consumidores en pequeños núcleos de socialización en poblaciones de escasos recursos.	1. Realización de 4 talleres (de 4 módulos cada uno), para un promedio de 10 personas de Centros Culturales. 2. Elaborar 50 guías de trabajo para clases. 3. Imprimir 1.670 cuadernillos informativos. 4. Evaluación del proceso de capacitación (no definida) 5. Impresión de 3.000 volantes y 500 afiches informativos de difusión.	3	3.979.000	3.800.000	48,2	1. Ajustar montos de honorarios; indicar característica / perfil de la relatoría. 2. Identificación de población afectada y beneficiaria directa, debe ser precisada. 3. En la elaboración del material se sugiere incorporar perspectiva de Educación para el Consumo de SERNAC, particularmente en lo referido a contenidos de la Ley y ejercicio de derechos. 3. Evaluar la incorporación de perspectiva de género, en lenguaje y contenidos del material.
43	Información y Orientación de los Consumidores en relación a los alimentos que	Informar y orientar sobre Derechos de los Consumidores en materias de	1. Campaña de difusión sobre los OGMs (5.000 personas, 3.000 estudiantes, 300 estudiantes escuelas agrícolas, 100 enseñanza	3	6.179.487	3.000.000	46,5	1. Redefinir presupuesto en gastos operacionales y de difusión, omitiendo los gastos de inversión propuestos. 2. Complementar información



N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
	contienen organismos genéticamente modificados (OGM)	etiquetado de alimentos, previa encuesta para saber el nivel de conocimiento de la materia, para posteriormente realizar capacitación.	superior). 2. Aplicación de encuesta a ¿2700 personas? Sobre conocimiento de los OGMs.					sobre población afectada por el problema y beneficiaria, considerando distribución según sexo. 3. Evaluar alternativa a la implementación de encuesta propuesta (no viable): diagnóstico en base a revisión bibliográfica (informe). Si se acoge esta observación, podrá adecuarse gastos en honorarios.
7	"Promoviendo nuestros Derechos: Consumidores y Usuarios de Atacama en Acción "	Encuentro y capacitación de dirigentes sociales en contenidos de la Ley del Consumidor.	1. Encuentro regional y capacitación de 160 dirigentes de la región. 2. Formalización de una red regional, en alianza con servicios públicos.	3	5.357.000	4.000.000	45,5	1. Preparar el temario de la jornada de capacitación. 2. El objetivo general del proyecto no es la capacitación, es el fomento de la asociatividad en consumo, integrando sociedad civil y Estado. 3. Evaluar la posibilidad de integrar a proveedores en las reuniones previas y jornada central. 4. Para asegurar la sustentabilidad del proyecto, resultaría necesario que la Red constituida tenga, al menos un acta de compromiso o plan de trabajo inmediato. 5. Gastos de inversión no son aprobados, pues no se justifican por nivel de actividades (reuniones previas y evento).
9	El adulto mayor consume con inteligencia	se realizaran talleres educativos en base a	1. Aplicación de encuesta sobre conocimiento de la Ley del Consumidor a adultos mayores de las comunas de	6	12.036.880	4.100.000	45,1	1. Estructura presupuestaria debe ser modificada en honorarios no justificados; gastos operacionales no

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
		diagnostico de necesidades realizado a población objetivo	Coquimbo y La Serena, sin precisar número de encuestados (cuerpo de encuestadores de 10 personas, por dos meses). 2. Elaboración de un diagnóstico a partir de la aplicación de la encuesta. 3. Implementación de 7 (14) talleres de 10 horas a 210 (210/420) dirigentes de adultos mayores de la comuna de La Serena (¿y no Coquimbo?). 4. Actividades diversas de difusión no definidas.					ajustados a la actividad o confundidos (o repetidos) con gastos de inversión o difusión. 2. Centrar el proyecto en la actividad de información o capacitación de los dirigentes adultos mayores, destinando tiempos y recursos menores a la obtención de un diagnóstico general, básico, necesario para la elaboración del contenido de las charlas o talleres. 3. Ajustar población beneficiaria, directa e indirecta. 4. La elaboración de la propuesta no cumplió con líneas mínimas necesarias para adecuada la descripción por sexo de la población beneficiaria, deberá completarla.
42	Concurso de comics y Cuentos sobre los derechos de los consumidores	El concurso de comics y cuentos va dirigidos a Jóvenes, pertenecientes a diferentes liceos de la Comuna de Rancagua. Para llevarlo a cabo se propone la inclusión de la jurados y estudiantes en diferentes fases del concurso	1. Realización de un concurso regional sobre cómics y cuentos sobre consumo, dirigido a población joven. 2. Revista o publicación con tres ganadores de cada línea del concurso, XX ejemplares.	6	6.500.000	3.000.000	45,0	1. Ajustar presupuesto en ítems honorarios y operacionales. 2. Debe complementar información sobre estrategias de sustentabilidad. 3. Plan de trabajo debe ser ajustado, con el objeto de precisar las actividades y resultados esperados (Evaluar posibilidad de ampliar convocatoria a regiones vecinas). 4. Evaluar inclusión de enfoque de género en bases y temáticas del concurso. 5. Es un proyecto original, inclusivo y participativo, cuyas actividades de difusión



N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
								pueden ser de alto impacto.
10	Talleres de Capacitación y Difusión de la Ley N° 19496, en establecimientos educacionales de Concón, La Calera, La Cruz, La Ligua, Papudo, Puchuncaví, Quilpue, Quillota, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor Activo – Tercera Etapa	Continuar con jornadas de capacitación dirigida a Alumnos de Enseñanza Básica (5°- 8°), Media y Jornada de Adultos.	1. Realización de 160 talleres de 2 módulos cada uno (320 módulos), a 4.500 alumnos de enseñanza básica, 4.500 de enseñanza media y 800 a adultos (total 9800 realizan talleres, X horas). 2. Elaboración y distribución de materiales de capacitación.	6	11.840.010	4.200.000	44,2	1. Estructura presupuestaria debe ser modificada en honorarios no justificados según actividad propuesta. 2. Gastos operacionales deben ser ajustados, omitiendo costos de alimentación de los relatores y ajustando los de movilización a montos justificados; puede incorporar gastos de garantía. 3. Ninguno de los gastos de inversión solicitados se justifican de acuerdo a contenido de la propuesta. 4. Acotar población beneficiaria directa.
49	Capacitación y participación ciudadana en la Red de protección al consumidor en la Región de Los Ríos.	Ciclo de capacitaciones a dirigentes sociales en Ley del Consumidor (30)	1. 30 dirigentes sociales capacitados como monitores en Ley del Consumidor, a través de 16 talleres de 2 horas cada uno. 2. Atención de público en horarios XX. 3. XX acciones de difusión.	6	4.550.000	3.900.000	44,1	1. Ajustar presupuesto en gastos de inversión, en relación a las capacitaciones. 2. Debe precisar población beneficiaria, según sexo. 3. Debe aportar un plan pormenorizado de trabajo, que incluya las temáticas a abordar (considerar Manual de relatores SERNAC, Departamento de Educación para el Consumo). 4. Complementar información sobre sustentabilidad del proyecto.

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
29	Aprendiendo juntos defendemos nuestros derechos: Pedro Aguirre Cerda y Lo Espejo aprenden y promueven la Ley del Consumidor.	Realización de talleres de capacitación a dirigentes sociales en los contenidos de la Ley del Consumidor.	1. 100 dirigentes sociales capacitados (4 talleres de 8 horas cada uno / 5 talleres con asistencia de 20 personas X horas) 2. Encuentro de dirigentes, con presentación teatral.	6	5.757.000	4.757.000	43,6	1. Presupuesto debe modificarse: No considerar gastos de inversión y ajustar honorarios, al monto autorizado. 2. Debe identificarse de manera adecuada la población afectada y beneficiarios del proyecto. 3. Se sugiere incorporar perspectiva de Educación para el Consumo de SERNAC, particularmente en lo referido a contenidos de la Ley y ejercicio de derechos. 4. Evaluar la incorporación de perspectiva de género, en lenguaje y contenidos.
3	Programa de televisión el consumidor siempre tiene la razón	Realización de ciclo de programas de televisión sobre temática de consumo, en la comuna de Iquique.	1. Realización de 24 programas de televisión de 30 minutos, con retransmisión (4 veces durante la semana).	6	5.300.000	5.300.000	42,6	1. Para la adecuada programación se sugiere elaborar temario de los programas y sus invitados (pauta). 2. Para una adecuada evaluación de sus resultados, el programa debería incluir algún instrumento (encuesta) que mida audiencia y opinión sobre sus contenidos. 3. Presupuesto no requiere cambios.
52	Feria itinerante provincial: exposición temática derechos del consumidor y obra de teatro "donde esta mi	El proyecto propone recorrer sectores rurales de la provincia de Osorno, difundiendo y educando acerca	1. 11 presentaciones de obra de teatro con temática de consumo. 2. Entrega de material informativo en stand previo y posterior a la obra. 3. Difusión en medios locales.	6	6.419.200	5.419.200	41,6	1. Ajustar presupuesto del proyecto a lo aprobado, considerando honorarios, operacionales y de difusión. 2. Revisar cronograma presentado, especialmente en presentaciones de teatro y

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
	boleta"	de los derechos del consumidor, mediante el montaje de obra de teatro y de charlas informativas.						períodos de ensayo. 3. Aportar detalle de duración, participantes, contenido de la obra y sus instalaciones. 4. La versión definitiva de la propuesta de trabajo debería incorporar elementos de evaluación de las actividades desarrolladas, tanto para identificar su efecto inmediato, como para eventual continuidad de la iniciativa (preparar sustentabilidad, a través de alianzas locales).
45	A través de la televisión fortalecemos la educación de los consumidores	Realización y difusión de spot televisivos sobre uso responsable de la leña y responsabilidad social del consumidor/a	1. 2 spot realizados y difundidos (30 segundos, 168 exposiciones) a través de canal local de región de La Araucanía (cable, abierta, Internet).	4	6.780.000	5.500.000	41,4	1. Ajustar gastos de honorarios y operacionales a lo aprobado. 2. Debe complementar información sobre grado de continuidad de la actual propuesta al trabajo realizado por la Asociación en el tema Leña. 3. Debe realizar un plan de difusión para potenciar la propuesta y reseñar elementos de sustentabilidad (descripción del proyecto no cumple con mínimo formal establecido).
55	Dialogando el consumo en Puerto Montt a través de los medios de comunicación.	Realización de campaña de difusión en medios locales.	1. 16 programas de media hora de duración en radio local, durante cuatro meses. 2. Campaña radial con frases específicas en temáticas de consumo.	5	3.380.000	3.380.000	40,9	1. No hay observaciones al presupuesto. 2. Se sugiere integrar a la ejecución, equipo de trabajo, actual formulación sólo considera la gestión de una persona. 3. Necesidad de evaluar con mayor claridad



N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
								aportes del Municipio a la ejecución de la propuesta. 4. Necesita precisar los resultados esperados, definiendo claramente los indicadores de gestión exitosa.
41	El teatro del consumidor	Ejecución de obra de teatro que tiene como tema principal los derechos de los consumidores y temas relevantes. Se programan 24 funciones en distintas comunas. Su duración será entre 15 a 20 minutos.	1. 24 presentaciones de una (o varias) obras de teatro callejeras sobre derechos de los consumidores/as, con un promedio de 50 asistentes (1.200 personas). 2. 10.000 dípticos repartidos en función de difusión de las obras y entrega de contenidos a los asistentes. 3. Registro audiovisual de las obras y de la actividad conjuntamente, sin precisar características.	6	9.019.990	0	39,5	1. La descripción del proyecto es débil y no profundiza en los detalles de cómo se abordara el problema planteado 2. La población afectada, beneficiaria directa e indirecta no la cuantifica 3. En resultados esperados no hay coherencia entre los plantados al inicio del apartado, con los que se desarrollan en la matriz de actividades. 4. Cronograma de actividades es débil 5. La sustentabilidad del proyecto no queda clara 6. El presupuesto no se ajusta a las actividades y no especifica la cantidad de personas que integran elenco.
4	Suplemento escrito denominado "El Consumo nos Consume" inserto en el periódico El Poblador para la difusión y el conocimiento de las disposiciones	Financiamiento de medio de comunicación, asociado a ARDEC	1. 6 ediciones de suplemento sobre consumo de diario El Poblador, con un total de 3.000 ejemplares distribuidos en organizaciones sociales de la región y en sede de ARDEC. 2. Edición digital del diario distribuido. 3. XX actividades de difusión orientadas a la formación de	6	6.420.000	0	39,3	1. Débil planteamiento del problema de consumo que el proyecto espera enfrentar. 2. No incorpora información sobre logros alcanzados en anteriores ejecuciones del proyecto. 3. La descripción del proyecto no da cuenta claramente de las mejoras o nuevas características de la separata. 4.

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
	de la ley N° 19.496 y la entrega de conocimientos para la buenas prácticas de consumo.		una "agrupación de consumidores" en Pozo Almonte. 4. Mejorar cobertura de atenciones de ARDEC en su oficina, a través de iniciativas que no precisa (atender a 100 personas mensuales).					Objetivo general y resultados esperados no están bien planteados técnicamente. 5. La sustentabilidad del proyecto es débil. 6. El presupuesto no es consistente con la propuesta.
20	Creación e instalación del Centro de Mediación del Consumidor	Elaboración de las condiciones administrativas básicas para la gestión de un centro de mediación en consumo.	1. Bases normativas y principios de funcionamiento del CMC informada a las personas. 2. Definición y descripción administrativa de los procedimientos de la modalidad de mediación. 3. Habilitación física de oficina. 4. XX actividades de difusión de CMC.	3	4.350.000	0	39,3	1. Presupuesto no adecuado a las actividades propuestas. 2. No está bien definido el problema de consumo; la información cuantitativa utilizada es meramente descriptiva, sin datos básicos para justificar la propuesta. 3. No cuantifica la población y/o perfil de destinatarios. 4. El diseño o implementación de "sitio" del Centro, puede integrarse sinérgicamente al sitio <a href="http://www.odecu.cl/">http://www.odecu.cl/</a> (no es proyecto diferente) y en la concordancia necesaria con <a href="http://www.misdeudas.cl/">http://www.misdeudas.cl/</a>
36	Red de protección al consumidor y posicionamiento de ANADEUS en las comunas de los Espejo y Peñalolén	Actividades de difusión sobre labor y servicio que ANADEUS presta, con el fin de promover entre la población de Peñalolén y Lo Espejo.	1. Vincular a actores locales interesados en materia de consumo. 2. XX dirigentes sociales capacitados en contenidos de la Ley del Consumidor. 3. Desarrollo de un blog institucional. 4. Difusión de 4 cápsulas radiales informativas (durante	6	6.330.000	0	39,3	1. El planteamiento de problema no es claro ni directo con temas de consumo 2. El proyecto es interesante pero las estrategias no son innovadoras. 3. La descripción de la población no es cuantificada y tampoco describe si cuenta con la condición de acceder a Internet

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
			5 meses) 5. Emisión de 12 programas radiales (disponibles, además, en Blog) 6. 2 eventos de clausura.					(Blog) 4. En descripción de proyecto no vincula ni considera la relación con ADECOPE, en Peñalolén. 4. Objetivo general no es consistente con la propuesta 5. El presupuesto es claramente desequilibrado (90% para honorarios.) para una propuesta que considera, o debiera hacerlo, una serie de actividades de ejecución y difusión.
51	Instalación de mecanismo alternativo de solución de conflictos entre consumidores y proveedores de Osorno	Gestiones preparatorias de instalación de instancia de mediación.	1. Firma de acuerdos y protocolo de mediación con Cámaras de Comercio local. 2. Ciclo de capacitación a integrantes de Cámara de Comercio en materia de Ley 19.496.	4	5.866.000	0	39,3	1. En la descripción del proyecto no especifica cuáles serán los mecanismos de mediación, tareas, funciones, etc. No menciona, marcha blanca, ni cómo cada empresa obtiene certificación. 2. Objetivo general no está elaborado en función de lo que propone el proyecto. 3. La propuesta no define el período de inicio del mecanismo de arbitraje, quedando reducida esta etapa proceso de capacitación de los proveedores. 4. Presupuesto, no es coherente con la propuesta. Los honorarios no especifican las horas dedicadas al proyecto. 5. Tratándose de un proyecto de continuidad, el grado de avance que se plantea para la presente etapa resulta insuficiente.

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
2	Escuela Itinerante para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas rurales de la provincia del Tamarugal en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	Realización de talleres de capacitación a dirigentes sociales.	1. 125 dirigentes capacitados. 2. 5/6 talleres realizados en comunas rurales de la provincia; no indica número de horas. 3. XX actividades de difusión de la ejecución y resultados.	6	4.748.380	0	39,2	1. En la justificación problema, utiliza textualmente argumentos planteados en el proyecto N° 1. 2. La identificación de la población afectada y directa es incompleta e inconsistente con los productos esperados. 3. No cumple con el mínimo de líneas requerido en la descripción del proyecto. 4. Del mismo modo, no detalla duración de los talleres, temas, metodologías, etc. 5. En el ítem de sustentabilidad, no da respuesta a lo requerido. 6. El presupuesto es inconsistente con lo planteado.
1	Diplomado para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas de Iquique y Alto Hospicio en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	Realización de talleres sobre contenidos de la Ley del Consumidor a dirigentes sociales de las comunas de Alto Hospicio e Iquique, con el propósito de formar (20) monitores en consumo.	1. 12 talleres / capacitaciones a 60 dirigentes sociales de las comunas de Alto Hospicio e Iquique. 2. 20 monitores formados a partir de las capacitaciones. 3. XX actividades de difusión de los talleres y resultados en medios locales.	6	5.678.380	0	38,9	1. No indica programación de los temas a tratar, metodología a utilizar, horas de duración de cada taller, manera como se certificará el curso, evaluación del conocimiento. 2. No plantea con claridad el problema que procura abordar. 3. No existe coherencia entre el número de beneficiarios directos, con los productos esperados. 4. Los productos son inconsistentes y el objetivo general no da cuenta del fin de la capacitación.
50	Construcción e implementación de módulo	Creación de software interactivo para	1. Diseño de un software de educación y auto información en consumo (plataforma	6	4.987.930	0	38,7	1. Presupuesto no ajustado a las actividades de la propuesta. 2. No existe adecuada definición

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
	interactivo de educación y auto-atención	consultas en consumo.	móvil). 2. Actividad de lanzamiento y diversas actividades de difusión (incluyendo participación en feria SAGO FISUR. 3. XX comunas beneficiadas, presencia del módulo en 12 organizaciones (no precisa tiempo, ni ubicación)					del problema de consumo a abordar, el objetivo general y los resultados esperados. 3. No indica en sustentabilidad, relación con otras entidades para hacer uso efectivo, durante o más allá de la etapa de ejecución financiada. 4. No considera en la descripción de la propuesta, modo de efectuar el registro, entidades beneficiarias, número de usuarios, entre otros aspectos.
48	Capacitación de Dirigentes Vecinales Urbanos y Productores Rurales sobre Cooperativas de Consumo	Capacitación de actores regionales sobre cooperativas de consumo.	1. 3 talleres sobre Cooperativas de Consumo y un seminario de difusión. Cobertura: 90 personas, 50 dirigentes sociales, 40 productores.	6	6.873.000	0	37,8	1. Descripción del proyecto y sustentabilidad no cumple con mínimos formales establecidos. 2. Objetivo general mal formulado. 3. Estructura presupuestaria no se adecua a la propuesta: Honorarios no se justifican en función de las actividades.
54	Oficina , implementos tecnológicos e imagen corporativa para CIDER, etapa I	Fortalecer la presencia de la Asociación a través de su oficina de atención público.	1. Habilitación material de oficina de atención de los consumidores y organizaciones sociales.	6	4.562.470	0	37,8	1. La formulación del problema es muy débil. 2. La definición del objetivo y de los resultados esperados no cumple con los mínimos técnicos exigidos. 3. La descripción de la propuesta se centra en la provisión de infraestructura para la organización, sin que se indique ninguna actividad específica asociada a su uso.



N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
11	Talleres de Capacitación y Difusión de la Ley N° 19.496 para Dirigentes Sociales de Organizaciones Juveniles y Adultos de las Comunas de Concón, Puchuncavi, Quillota, La Cruz, La Calera, Hijuelas, Limache, Olmué, Nogales Y Quintero Para formar al Futuro Consumidor Activo, Segunda Etapa.-	Actividades de capacitación para dirigentes sociales sobre la ley del consumidor	1. 48 talleres de capacitación, 3600 dirigentes capacitados	6	13.136.714	0	37,2	1. La descripción del problema es débil, abundan las opiniones generales sin entregar información relacionada. 2. No cuantifica adecuadamente la población afectada y la beneficiaria, repite la misma cifra en ambos niveles. 3. No establece claramente el número de participantes en los talleres. 4. El objetivo general y los resultados esperados no están técnicamente bien definidos. 4. Presupuesto no consistente con la propuesta. Los gastos de honorarios no se justifican, los operacionales no están ordenados y los de difusión parecen escasos, considerando el conjunto de la propuesta.
40	El maletín escolar	Ciclo de charlas en colegios de Santiago	1. 10 charlas a un promedio de 100 alumnos cada una. 2. Entrega de material a cada alumno (Maletín, consistente en ejemplar de la Ley + díptico).	6	7.661.990	0	37,0	1. Problema de consumo a abordar con el proyecto no está bien definido. Adicionalmente, repite texto que proyecto 39. 2. Población afectada y beneficiaria no son identificadas, ni cuantificadas. 3. Débil descripción del proyecto. No cumple con mínimos formales requeridos. 4. Objetivo general y resultados esperados mal elaborados. 5. El presupuesto está centrado en ítem honorarios, profesionales abogados, para actividades

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
								educativas con niños y jóvenes. 6. El plan de trabajo propuesto es débil y no contextualiza actividades educativas, número de asistentes. 7. Materiales preparados para la actividad son escasos, no adecuados.
44	Sistema Integral de Asesoría y Capacitación a Consumidores de Temuco y Padre las Casas	Asesoría en línea vía página Web y a través de talleres de capacitación sobre la Ley del Consumidor y asesoría frente al endeudamiento.	1. Oficina de atención de público presencial, en días y horarios no definidos (XX, a 140 personas). 2. Atención de público vía sitio Internet de la Asociación (a 140 usuarios/as). 3. 5 talleres de capacitación a 100 personas (promedio 20 personas) sobre contenidos de la Ley y endeudamiento.	6	6.551.000	0	36,1	1. Débil definición del problema de consumo y de la descripción del proyecto (en lo formal, no cumple con mínimo de líneas). 2. Objetivo general vago y resultados esperados mal contruidos. 3. Presupuesto inconsistente con la propuesta. 4. Los productos planteados en la propuesta no cumplen con los requisitos técnicos mínimos (no indica registros, horarios, procedimientos, etc.).
28	Conociendo los Derechos en Ley de Urgencia y Emergencia: Ley 19.650	Realización de capacitación sobre derechos y beneficios establecidos en la Ley 19.650.	1. 240 integrantes de Juntas de vecinos, club de adulto mayor de la comuna capacitadas en total de 12 talleres de 3 horas cada uno. 2. XX actividades de difusión en medios locales. 3. Distribución de díptico informativo.	6	5.923.280	0	35,5	1. Presupuesto no ajustado a los contenidos del proyecto; montos solicitados para honorarios son excesivos en función de las tareas, tiempos y productos asociados, gastos de inversión no se justifican. 2. No existe adecuada identificación del problema a abordar con la propuesta. 3. No se identifica la población afectada, ni la que resultará beneficiada con la ejecución del proyecto (cuantificación mínima).

N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
46	Encuesta de Precios de Productos Alimenticios y publicación de informativo a consumidores	Encuesta sobre 23 productos alimenticios con lo cual se generará un boletín informativo y campaña informativa de los resultados	1. Realización de una encuesta de precios a 23 productos en 11 supermercados de Temuco y Padre Las Casas. 2. Edición de 3000 ejemplares de boletín con resultados. 3. Una conferencia de prensa, con resultados.	6	3.719.000	0	34,9	1. El objetivo y los resultados no son coherentes ni se encuentran bien formulados. 2. La descripción del proyecto no cumple con mínimos formales y su contenido es débil. 3. La aplicación de una sola encuesta no tiene incidencia respecto del problema planteado; para enfrentarlo existiría la necesidad de realizar seguimiento sistemático por varios meses, sobre un número significativo de productos de alto consumo, superiores a los propuestos; existen experiencias regionales similares de SERNAC que pueden revisarse para mejorar la propuesta.
8	Plan de difusión ACAI, región de Coquimbo	Se plantea el posicionamiento de la Asociación en las comunas de Coquimbo y La Serena, promoviendo los servicios que ofrece la organización	1. Distribución de 5.000 (2.500 según el presupuesto) afiches, sin precisar destinatarios. 2. Distribución de 10.000 dpticos a través de canales no definidos, cuyos destinatarios podrían ser los hogares. 3. XX 100 (50 según presupuesto) 4. Emisión de XX avisos radiales con campaña de difusión de la existencia de ACAI. 5. Elaboración y distribución (en locomoción colectiva ??) de XX adhesivos.	6	10.297.265	0	34,5	1. El planteamiento del problema no es claro. Sin embargo, se observa la búsqueda datos regionales, información dura, para argumentar, lo propuesto; la descripción es vaga y general, no especifica ningún plan estratégico comunicacional al que se asocie la propuesta. 2. El presupuesto en el ítem honorario no especifica cuántas personas conforman el equipo "promotor". 3. En ítem gastos operacionales señalan arriendo de oficina cuyo

N °	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
								<p>uso en función de la propuesta no es clara y lo cual no asegura continuidad ni financiamiento (sustentabilidad). Se indica que la campaña de difusión necesita de una oficina, lo que no se justifica adecuadamente; si existe la oficina, podría definirse que esté abierta un número de horas del día, qué servicios prestará la Asociación en ese lugar y cómo se verificarán (Planificación estratégica de la Asociación).</p> <p>4. En el ítem inversión menciona adquisiciones que no están directamente relacionadas con el proyecto postulado.</p>
39	Mano A Mano con El Consumidor	Actividad de difusión de contenidos de la Ley del Consumidor.	1. 10.000 "flyers" informativos distribuidos.	2	3.470.000	0	32,0	<p>1. No se plantea problema de consumo alguno. 2. No cuantifica la población afectada, ni beneficiaria. La definición etárea no es consistente con las actividades indicadas. 3. Descripción del proyecto débil. 4. El objetivo general y los resultados esperados mal elaborados. 5. La sostenibilidad del proyecto es difusa. 6. Presupuesto no consistente con actividades y período de ejecución, centrado en honorarios.</p>



N°	Nombre del proyecto	Breve descripción	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos		Puntaje Asignado	Observaciones
					Solicitado	Aprobado		
18	Difusión audiovisual para asociación de consumidores	Campaña publicitaria sobre labor y servicios que presta la Asociación a las personas, a través de diversos formatos (spot televisivo SUBTV, radial, pagina Web, afiches, trípticos)	1. Realización de spot televisivo de 20 segundos, a ser difundido en SUBTV, Metro XX veces. 2. Diseño de sitio Web de la Asociación. 3. Difusión de "spot" radial XX presentaciones. 5. Distribución de XX impresos. 6. Conferencia de prensa.	3	18.970.000	0	29,8	1. No plantean problema de consumo alguno a resolver con el proyecto. No definen con claridad el público objetivo, no cuantifica, focaliza ni prioriza población afectada y beneficiaria (directa o indirecta). 2. Las acciones publicitarias propuestas no presentan coherencia respecto a algún plan estratégico comunicacional u otro similar que la Asociación refiera en el proyecto. 3. No resulta clara la procedencia de los medios señalados, en función de los objetivos. 4. Ni el objetivo general, ni los resultados esperados cumplen con los mínimos requisitos técnicos, necesarios para identificar las acciones y su evaluación posterior. 5. El presupuesto presenta un evidente desequilibrio, particularmente en ítem honorarios, en función de las actividades que componen el plan de trabajo propuesto.
<b>Total</b>					<b>223.089.376</b>	<b>64.231.200</b>		

### 3.3 Selección de proyectos

A través del Acuerdo N° 22, del 11 de mayo de 2009, los proyectos seleccionados con puntajes iguales o superiores a 40 puntos, recibieron los montos de financiamiento que se indica en la tabla siguiente:

**Tabla N° 7.**  
**Primer Concurso 2009. Proyectos nacionales seleccionados.**

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
<b>Proyectos nacionales seleccionados</b>				
19	Administración y desarrollo de página Web <a href="http://www.odecu.cl">www.odecu.cl</a>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU	47,6	<b>4.500.000</b>
22	Difusión de la Ley N° 19.496 y normas complementarias 2009	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS	47,6	<b>4.000.000</b>
21	Mis deudas.	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU	45,5	<b>5.500.000</b>
32	Contenido Nutricional de los avisos de alimentos dirigidos a niños y adolescentes en la televisión abierta de Chile.	Liga Ciudadana de Defensa de los Consumidores de Chile – LIGA CIUDADANA	42,9	<b>5.500.000</b>
24	Sistema de Información y apoyo para consumidores y usuarios IV	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS	42,4	<b>5.300.000</b>
38	Spot televisivo: Mis derechos en la Publicación de mis datos personales	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN	42,2	<b>7.000.000</b>
47	Capacitación de Dirigentes de la red de asociaciones de consumidores del sur en cooperativas de consumo y metodologías de investigación	Asociación de Consumidores del Sur - CDS	40,2	<b>3.500.000</b>
16	Situaciones de orden práctico del Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP)	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	40,1	<b>4.000.000</b>
<b>Proyectos no seleccionados</b>				
31	La dieta económica en las familias de escasos recursos: grasas y proteínas en vienas, estudio	Liga Ciudadana de Defensa de los Consumidores de Chile – LIGA CIUDADANA	39,4	Sin financiamiento

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
	laboratorio.			
23	Publicaciones centro de orientación y estudios para los consumidores II	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS	39,2	Sin financiamiento
14	Actualización pagina Web Asociación	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	39,0	Sin financiamiento
17	"Juego didáctico para niños"	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	38,8	Sin financiamiento
13	Continuación de Blog ZONA CONSUMO	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	38,4	Sin financiamiento
53	La Vitrina del Consumidor	Asociación de Consumidores de Osorno - ACO	38,4	Sin financiamiento
12	"Creación de una hemeroteca del consumo"	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	38,0	Sin financiamiento
30	Centro de información, investigación y análisis periodístico del tema de consumidores	Liga Ciudadana de Defensa de los Consumidores de Chile – LIGA CIUDADANA	37,7	Sin financiamiento
15	Orientación Legal a Consumidores	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria - ACAM	36,2	Sin financiamiento

**Tabla N° 8**  
**Primer Concurso 2009. Proyectos regionales / locales seleccionados.**

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
<b>Proyectos seleccionados</b>				
34	Pedro Aguirre Cerda abre el telón: Niños y niñas conocen sus derechos como consumidor	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	60,8	<b>5.275.000</b>
33	Telescopio de la mujer: Factores y Estrategias en el Endeudamiento de las Trabajadoras	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	56,3	<b>5.000.000</b>

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
35	Influencia de los medios de comunicación en los hábitos de consumo en niños de 8 a 10 años	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	50,5	<b>3.600.000</b>
25	Capacitación de Monitores de la Ley del Consumidor en Centros Culturales	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS	48,2	<b>3.800.000</b>
43	Información y Orientación de los Consumidores en relación a los alimentos que contienen organismos genéticamente modificados (OGM)	Asociación de Consumidores Conscientes por la Salud y el Medio Ambiente	46,5	<b>3.000.000</b>
7	Promoviendo nuestros Derechos: Consumidores y Usuarios de Atacama en Acción	Asociación de Consumidores de Vallenar - ADECOVALL	45,5	<b>4.000.000</b>
9	El adulto mayor consume con inteligencia	Asociación de Consumidores Acción Inteligente - ACAI	45,1	<b>4.100.000</b>
42	Concurso de cómics y Cuentos sobre los derechos de los consumidores	Asociación de Consumidores y Usuarios Chile Consumo	45,0	<b>3.000.000</b>
10	Talleres de Capacitación y Difusión de la Ley N° 19496, en establecimientos educacionales de Concón, La Calera, La Cruz, La Ligua, Papudo, Puchuncaví, Quilpue, Quillota, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor Activo – Tercera Etapa	Asociación de Consumidores de Quintero – ADECO QUINTERO	44,2	<b>4.200.000</b>

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
49	Capacitación y participación ciudadana en la Red de protección al consumidor en la Región de Los Ríos.	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valdivia - ACOVAL	44,1	<b>3.900.000</b>
29	Aprendiendo juntos defendemos nuestros derechos: Pedro Aguirre Cerda y Lo Espejo aprenden y promueven la Ley del Consumidor.	Asociación de Consumidores y Usuarios de las poblaciones La Victoria y San Joaquín Poniente de la comuna de Pedro Aguirre Cerda - ACUJOVI	43,6	<b>4.757.000</b>
3	Programa de televisión el consumidor siempre tiene la razón	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región - ARDEC	42,6	<b>5.300.000</b>
52	Feria itinerante provincial: exposición temática derechos del consumidor y obra de teatro "donde esta mi boleta"	Asociación de Consumidores de Osorno - ACO	41,6	<b>5.419.200</b>
45	A través de la televisión fortalecemos la educación de los consumidores	Asociación de Consumidores del Sur - CDS	41,4	<b>5.500.000</b>
55	Dialogando el consumo en Puerto Montt a través de los medios de comunicación.	Asociación de Consumidores Inter comunal Décima Región - CIDER	40,9	<b>3.380.000</b>
<b>Proyectos no seleccionados</b>				
41	El teatro del consumidor	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN	39,5	Sin financiamiento

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
4	Suplemento escrito denominado "El Consumo nos Consume" inserto en el periódico El Poblador para la difusión y el conocimiento de las disposiciones de la ley N° 19.496 y la entrega de conocimientos para la buenas prácticas de consumo.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región - ARDEC	39,3	Sin financiamiento
20	Creación e instalación del Centro de Mediación del Consumidor	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU	39,3	Sin financiamiento
36	Red de protección al consumidor y posicionamiento de ANADEUS en las comunas de los Espejo y Peñalolén	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	39,3	Sin financiamiento
51	Instalación de mecanismo alternativo de solución de conflictos entre consumidores y proveedores de Osorno	Asociación de Consumidores de Osorno - ACO	39,3	Sin financiamiento
2	Escuela Itinerante para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas rurales de la provincia del Tamarugal en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región - ARDEC	39,2	Sin financiamiento

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
1	Diplomado para la educación, orientación y capacitación del consumidor de las comunas de Iquique y Alto Hospicio en torno a los derechos de los consumidores y usuarios.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región - ARDEC	38,9	Sin financiamiento
50	Construcción e implementación de módulo interactivo de educación y auto-atención.	Asociación de Consumidores de Osorno - ACO	38,7	Sin financiamiento
48	Capacitación de Dirigentes Vecinales Urbanos y Productores Rurales sobre Cooperativas de Consumo	Asociación de Consumidores del Sur - CDS	37,8	Sin financiamiento
54	Oficina, implementos tecnológicos e imagen corporativa para CIDER, etapa I	Asociación de Consumidores Inter comunal Décima Región - CIDER	37,8	Sin financiamiento
11	Talleres de capacitación y difusión de la Ley N° 19.496 para dirigentes sociales de organizaciones juveniles y adultos de las comunas de Concón, Puchuncaví, Quillota, La Cruz, La Calera, Hijuelas, Limache, Holgué, Nogales y Quintero para formar al futuro consumidor activo, segunda etapa.	Asociación de Consumidores de Quintero – ADECO QUINTERO	37,2	Sin financiamiento

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
40	El maletín escolar	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN	37,0	Sin financiamiento
44	Sistema Integral de Asesoría y Capacitación a Consumidores de Temuco y Padre las Casas	Asociación de Consumidores del Sur - CDS	36,1	Sin financiamiento
28	Conociendo los derechos en la Ley de Urgencia y Emergencia, Ley N° 19.650.	Asociación de Usuarios de la Salud contra el Cheque en Garantía y Otros Abusos - AUSECH'	35,5	Sin financiamiento
46	Encuesta de Precios de Productos Alimenticios y publicación de informativo a consumidores	Asociación de Consumidores del Sur - CDS	34,9	Sin financiamiento
8	Plan de difusión ACAI, región de Coquimbo	Asociación de Consumidores Acción Inteligente - ACAI	34,5	Sin financiamiento
39	Mano a mano con el consumidor.	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN	32,0	Sin financiamiento
18	Difusión audiovisual para Asociación de Consumidores	Asociación de Consumidores Defensores de los derechos colectivos de los consumidores - DECCO	29,8	Sin financiamiento

En los casos en que el Consejo resolvió montos de financiamiento parcial, menores a los solicitados, se requirió a las Asociaciones ejecutoras informar su conformidad con los cambios propuestos y, consecuentemente, presentar el rediseño de las actividades afectas por esa variación presupuestaria.

#### **4. Convenios de Ejecución**

En conformidad al Acuerdo N° 22, el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, firmó los convenios de ejecución con los representantes legales de las Asociaciones. A continuación, dictó las respectivas resoluciones exentas que autorizaron el inicio de la ejecución de los proyectos, por parte de los responsables y las asignaciones de recursos, por parte de SERNAC.

#### **5. Seguimiento y resultados de la ejecución de proyectos**

Entre el 01 de mayo y el 30 de octubre de 2009, las Asociaciones ejecutaron los proyectos seleccionados en el Primer Llamado, financiados total o parcialmente por el Fondo Concursable. Los objetivos del proyecto, las principales actividades realizadas y resultados o productos fruto de su ejecución se presentan, resumidamente en los siguientes apartados.

## Proyectos financiados Primer Llamado Fondo Concursable 2009.

### Identificación y principales resultados de ejecución.

#### 5.1 Proyecto N° 3

##### 5.1.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Programa de televisión el consumidor siempre tiene la razón
Asociación	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Primera Región - ARDEC
Representante legal	Claudio Huerta Tapia
Encargado	Claudio Huerta Tapia
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional-Local
Cobertura territorial	Región de Tarapacá.
Recursos asignados	5.300.000

##### 5.1.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>50 mil personas ven alguno de los programas, incorporando conocimientos sobre la ley N° 19.496 y estando capacitados para el pleno ejercicio de sus derechos.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edición y difusión de 18 programas de televisión. Se Anexan CD con los programas</li> <li>Se estima que el programa fue visto al menos por 50 mil personas que resultaron instruidas, cumpliendo el objetivo del proyecto.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se entrega información sobre metodología para medir audiencia.</li> </ul>

##### 5.1.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.300.000	\$ 2.599.200	\$ 2.620.800	\$ 5.220.000	\$ 80.000
<b>Comentarios</b>		Asociación presentó apelación al monto a reintegrar. Consejo procederá a redactar acuerdo.		

## 5.2 Proyecto N° 7

### 5.2.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Promoviendo nuestros Derechos: Consumidores y Usuarios de Atacama en Acción
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios de Vallenar "ADECOVALL A.C."
Representante legal	Hilda Valdivia Ardiles
Encargado	Hilda Valdivia Ardiles
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Atacama
Recursos asignados	\$ 4.000.000

### 5.2.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar 160 dirigentes sociales de la Región de Atacama en el conocimiento de sus derechos y deberes como consumidores, a través de una Jornada de Capacitación.</li> <li>• Constituir Red Regional de Organizaciones Sociales, para la promoción de los Derechos y Deberes de los Consumidores y Usuarios de la Región de Atacama.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizó la jornada de capacitación, en la que participaron 127 dirigentes de diversas organizaciones sociales. Se anexa programa de la actividad.</li> <li>• Se constituyó la "Red regional de organizaciones sociales" integrada en principio por 12 organizaciones sociales de la región. Se anexa documento de constitución.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.2.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.000.000	No Aplica	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

### 5.3 Proyecto N° 9

#### 5.3.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	El adulto mayor consume con inteligencia
Asociación	Asociación de Consumidores Acción Inteligente – ACAI
Representante legal	Amadeo Alejandro Baldecchi Bravo
Encargado	Amadeo Alejandro Baldecchi Bravo
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Coquimbo
Recursos asignados	\$ 4.100.000

#### 5.3.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener información sobre hábitos de consumo del adulto mayor a través de Focus Group.</li> <li>• Realizar 14 cursos para 210 dirigentes adultos mayores de La Serena y Coquimbo, capacitándolos sobre sus derechos en el ámbito del consumo y su forma de hacerlos efectivos.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de Focus Group en las ciudades de La Serena y Coquimbo, cuyos resultados derivaron en la elaboración de un <u>diagnóstico</u> base para efectuar las capacitaciones.</li> <li>• Se realizan talleres para 30 personas en la ciudad de La Serena y 40 personas en Coquimbo. Ceremonias de cierre los días 27 y 28 de noviembre de 2009, según verificadores adjuntos.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuaciones en la ejecución por problemas de convocatoria en el mes del adulto mayor.</li> </ul>

#### 5.3.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.100.000	\$ 1.654.000	\$ 1.583.525	\$ 3.237.525	\$ 862.475
<b>Comentarios</b>		La Asociación realizó reintegró parcial de los recursos. A la fecha de realización de esta Memoria se encuentra en proceso de apelación por la diferencia.		

## 5.4 Proyecto N° 10

### 5.4.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Talleres de capacitación y difusión de la Ley N° 19.496 en establecimientos educacionales
Asociación	Asociación de Consumidores de Quintero – ADECOQUINTERO
Representante legal	Ángel Salazar Silva
Encargado	Ángel Salazar Silva
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Valparaíso
Recursos asignados	\$ 4.200.000

### 5.4.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitar a 4.500 alumnos/as de la enseñanza <b>básica y media</b> de establecimientos municipalizados y particulares subvencionados de once comunas de la Región de Valparaíso.</li> <li>Capacitar a 800 alumnos/as de la enseñanza de <b>adultos</b> de establecimientos municipalizados y particulares subvencionados de once comunas de la Región de Valparaíso.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se capacitó a 240 alumnos de enseñanza básica de la escuela Oro Negro de Concón</li> <li>Se capacitó a 120 alumnos de enseñanza media de la escuela La Greda de Puchuncaví</li> <li>Se capacitó a 193 alumnos de escuelas con régimen especial, de las escuelas Puente Colmo y Amanecer ubicadas en Puchuncaví, y la escuela Juanita Aguirre de Viña del Mar.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Asociación emplea el criterio de contabilizar como alumno capacitado a todo aquél que asiste a un taller, independiente de si lo hace una o más veces, lo que produce una distorsión en las cifras finales. En síntesis, ADECOQUINTERO efectuó <b>8.670 capacitaciones a 553 alumnos a través de 136 talleres</b>, cumpliendo con crecer las capacitaciones – no alumnos – comprometidas.</li> </ul>

### 5.4.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.200.000	\$ 2.101.663	\$ 2.124.560	\$ 4.200.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.5 Proyecto N° 16

### 5.5.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Situaciones de orden práctico del Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP)
Asociación	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria – ACAM
Representante legal	Gladys Santolaria López
Encargado	Francisco Vergara Ibinarriaga
Área temática	Estudio
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 4.000.000

### 5.5.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración de estudio de las situaciones legales relativas al SOAP y análisis de los fraudes relacionados con el SOAP.</li> <li>Publicación de resultados de estudio.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Documento final de estudio</li> <li>No se da cuenta de actividades de difusión significativas</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de ejecución rechazado por considerarse insuficiente, notificado a la Asociación a través de Oficio N° 1437 de 22 de enero de 2010.</li> </ul>

### 5.5.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.998.000	\$ 3.998.000	\$ 2.000
<b>Comentarios</b>		Reintegro pendiente a la fecha de esta Memoria.		

## 5.6 Proyecto N° 19

### 5.6.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Administración y desarrollo de página Web <a href="http://www.odecu.cl">www.odecu.cl</a>
Asociación	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Encargado	Stefan Larenas Riobó
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 4.500.000

### 5.6.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener actualizada la página Web <a href="http://www.odecu.cl">www.odecu.cl</a>, el Facebook de la Asociación y su espacio en Youtube.</li> <li>Elaborar un documento informativo (<i>newsletter</i>) y distribuirlo mensualmente a un amplio universo de consumidores.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El sitio funciona regularmente, sus contenidos son actualizados de manera periódica</li> <li>El Facebook de ODECU y su sitio de Youtube han mantenido su actividad durante todo el periodo informado.</li> <li>La Asociación resolvió reemplazar el boletín informativo con un mensaje en formato más compacto, titulado “¿Sabía usted que?...”</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.6.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.500.000	\$ 2.066.756	\$ 2.433.244	\$ 4.500.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.7 Proyecto N° 21

### 5.7.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Mis Deudas 2009
Asociación	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Encargado	Stefan Larenas Riobó
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 5.500.000

### 5.7.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveer información actualizada semanalmente, procurando enriquecer las secciones de consejos y recomendaciones.</li> <li>• Recibir, analizar y asignar las consultas en línea al especialista correspondiente, cuya respuesta debe ser elaborada y comunicada al consultante en plazo máximo de 03 días hábiles.</li> <li>• Otorgar atención especializada a las consultas que se reciban de manera presencial.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se da cuenta de la actualización de contenidos en la página, a través de extractos de información y noticias incorporadas al sitio.</li> <li>• Se anexa muestra de 17 consultas efectuadas en el período y las respuestas elaboradas y comunicadas por el especialista.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se cuenta con información sobre cantidad de atenciones presenciales.</li> </ul>

### 5.7.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.500.000	\$ 1.801.500	\$ 3.681.910	\$ 5.483.410	\$ 16.590
<b>Comentarios</b>		Monto reintegrado en plazo establecido.		

## 5.8 Proyecto N° 22

### 5.8.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Difusión de la Ley N° 19.496 y normas complementarias 2009
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Horacio Soler Rioseco
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 4.000.000

### 5.8.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicación en <a href="http://www.conadecus.cl">www.conadecus.cl</a> 10 artículos o notas de difusión y análisis de diferentes aspectos que contempla la Ley N° 19.496</li> <li>Realización de 27 programas radiales de media hora de duración, emitidos a través de la RADIO USACH (94.5 FM) y por el Sitio Web de la Universidad, conducido por una periodista profesional.</li> <li>Producir y distribuir 2 folletos temáticos</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se publicaron 10 artículos en la Web de la Asociación, abarcando temas de interés como Proyecto que modifica la Ley del Consumidor; Derecho a retracto; Casos específicos de proveedores que presentan fallas, etc.</li> <li>Se han difundido 28 programas radiales, que han contando con invitados como la Secretaria ejecutiva de la agencia de inocuidad alimentaria, el Superintendente de Electricidad y Combustibles y el Subsecretario de Previsión Social.</li> <li>Se confeccionan dos folletos que desarrollan los temas "Derechos y deberes de los consumidores" y "Derecho a retracto"</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.8.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.000.000	\$ 810.905	\$ 3.189.095	\$ 4.000.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.9 Proyecto N° 24

### 5.9.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Sistema Integral de Información y Apoyo para Consumidores y Usuarios IV
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Manuel Emilio Carabantes
Área temática	Atención
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 5.300.000

### 5.9.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder consultas emanadas del sitio Web.</li> <li>• Responder consultas de 40 consumidores mensuales en la oficina de CONADECUS, proporcionando asesoría legal.</li> <li>• Realizar la actualización del sitio Web a lo menos 3 veces por semana, incluyendo un mínimo de 5 notas cada vez.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se atendieron 428 consultas emanadas del sitio Web de CONADECUS</li> <li>• Se entregó asesoría legal de manera presencial a 33 consumidores promedio por mes, además de atención vía telefónica de 24 casos en promedio.</li> <li>• Se publicaron 316 artículos durante el período de ejecución, 38 de los cuales son de autoría propia de la Asociación.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.9.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.300.000	\$ 2.194.206	\$ 3.105.794	\$ 5.300.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.10 Proyecto N° 25

### 5.10.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Capacitación de Monitores de la Ley del Consumidor en Centros Culturales
Asociación	CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Horacio Soler Rioseco
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Regional –Local
Recursos asignados	3.800.000

### 5.10.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar, diseñar e imprimir 1.670 cuadernillos informativos.</li> <li>• Redactar y diseñar módulos y material audiovisual (PPT) para la realización de talleres de capacitación</li> <li>• Editar, diseñar e imprimir 50 guías de trabajo didácticas para realización de clases.</li> <li>• Realizar 4 talleres de 4 módulos, para 10 personas cada uno, en distintos centros culturales.</li> <li>• Redacción, diseño, diagramación e impresión de 3000 volantes y 500 afiches informativos para promover la participación en los talleres.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se imprimieron 2.000 cuadernillos para ser utilizados como material didáctico tanto para el desarrollo de los talleres de capacitación, como para el posterior trabajo de orientación e información de los monitores con la ciudadanía</li> <li>• Se anexa CD con PPT usado en talleres</li> <li>• Se realizaron 3 talleres: Santiago (10 personas capacitadas); Peñalolén (7 personas capacitadas) y La Florida (7 personas capacitadas)</li> <li>• Se realiza informe de evaluación de los talleres</li> <li>• Se imprimieron afiches y volantes para la difusión de las actividades, se anexan ejemplares</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.10.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.800.000	No Aplica	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.11 Proyecto N° 29

### 5.11.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Aprendiendo juntos defendemos nuestros derechos: Pedro Aguirre Cerda y Lo espejo aprenden y promueven la ley del consumidor
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios población la Victoria y San Joaquín Poniente – ACUJOVIC.
Representante legal	Luz Castillo Rivera
Encargado	María Margarita Celis Piña
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Local
Cobertura territorial	Comunas Pedro Aguirre Cerda y Lo Espejo
Recursos asignados	\$ 4.757.000

### 5.11.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar a 100 dirigentes sociales de la comuna de PAC sobre los derechos y deberes de los consumidores, a través de 4 talleres</li> <li>• Efectuar presentaciones teatrales sobre los derechos y deberes del consumidor, en un encuentro de dirigentes en la comuna de Lo Espejo.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se capacitó a 115 dirigentes sociales en los siguientes talleres: Junta de Vecinos N° 4 Armonía (18 personas); Junta de vecinos Manuel Rodríguez (20 personas); Centro de Madres Flor del Bosque (15 personas); Centro de Madres de la U. de Chile (16 personas); Junta de vecinos Las Dunas (46 personas).</li> <li>• Se realizaron las presentaciones teatrales en el encuentro de dirigentes.</li> <li>• Se anexa material de difusión de los talleres, material de trabajo y fotos de las distintas actividades.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.11.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.757.000	\$ 2.370.593	\$ 2.386.407	\$ 4.757.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.12 Proyecto N° 32

### 5.12.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Contenido nutricional de los avisos de alimentos dirigidos a niños y adolescentes en la televisión abierta de Chile
Asociación	Liga Ciudadana de Consumidores
Representante legal	Rubén Andino Maldonado
Encargado	Cecilia Castillo
Área temática	Estudios
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 5.500.000

### 5.12.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar una investigación de los alimentos publicitados para niños y adolescentes en la televisión abierta, en relación a su contenido nutricional</li> <li>Redactar un informe técnico con los resultados de la investigación</li> <li>Difundir los resultados obtenidos</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se levantó la información empírica de la publicidad en un período determinado, productos a los que se sometió a un análisis de etiquetado</li> <li>Se redactó un informe técnico del estudio</li> <li>Los principales resultados fueron difundidos a la prensa, anexando recortes de prensa: La Nación, La Tercera, Radio Cooperativa, Radio Bio- Bio, sitio Web de Consumer Internacional.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.12.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.500.000	No Aplica	\$ 5.455.146	\$ 5.455.146	\$ 44.854
<b>Comentarios</b>		Monto reintegrado en plazo establecido.		

### 5.13 Proyecto N° 33

#### 5.13.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Telescopio de la mujer: Factores y Estrategias en el Endeudamiento de las Trabajadoras
Asociación	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social – ANADEUS
Representante legal	Andrés Bustos González
Encargado	Eliana Suazo Pizarro
Área temática	Investigación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 5.000.000

#### 5.13.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una investigación cuantitativa descriptiva, que permita identificar los factores que desencadenan el endeudamiento y las estrategias desarrolladas para prevenirlo y enfrentarlo.</li> <li>• Edición y difusión de 500 Agendas de Notas, con orientación estratégicas para la prevención y enfrentamiento del sobreendeudamiento.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizó una investigación cuali - cuantitativa que comprendió una muestra de 179 mujeres de 19 a 59 años. Se sistematiza en el informe “Factores y estrategias en el endeudamiento de las trabajadoras”.</li> <li>• Se editaron e imprimieron 500 ejemplares de la agenda, distribuidos a las personas participantes del estudio, colaboradores de ANADEUS y asistentes a la actividad de cierre.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación realizó actividad de cierre del proyecto y de los demás desarrollados, aportando elementos de sistematización de la experiencia institucional.</li> </ul>

#### 5.13.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.000.000	\$ 2.340.988	\$ 2.659.012	\$ 5.000.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.14 Proyecto N° 34

### 5.14.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Pedro Aguirre Cerda abre el telón: niños y niñas conocen sus derechos como consumidor
Asociación	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS
Representante legal	Andrés Bustos González
Encargado	Carol Lagunas Pinto
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región Metropolitana
Recursos asignados	\$ 5.275.000

### 5.14.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar talleres sobre derechos y deberes del consumidor a 120 niños de 4 escuelas municipales de Pedro Aguirre Cerda</li> <li>Participantes del taller reflejan lo aprendido en la creación de obras de títeres que contengan dicha temática.</li> <li>Realizar un encuentro Inter- escolar con representantes, familias y autoridades de cada uno de los colegios participantes del proyecto. En dicho evento se elige un colegio ganador.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se dictan talleres a 90 niños y niñas inscritos de 3 escuelas municipales: Colegio Boroa, República de México y La Victoria.</li> <li>Obras se exponen en el encuentro inter - escolar realizado, se elige ganador (escuela República de México) y realizan paseo al Museo Interactivo Mirador.</li> <li>Se diseña cuadernillo para niños participantes en actividades del proyecto.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.14.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.275.000	\$ 2.820.327	\$ 2.417.091	\$ 5.237.418	\$ 37.582
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en plazo establecido.		

## 5.15 Proyecto N° 35

### 5.15.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Influencia de los medios de comunicación en los hábitos de consumo, en niños de 8 a 10 años
Asociación	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS
Representante legal	Andrés Bustos González
Encargado	María Oxman Villalón
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región Metropolitana
Recursos asignados	\$ 3.600.000

### 5.15.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesiones orientación sobre consumo y publicidad para 80 niños y niñas de 3 escuelas municipales de la comuna de Santiago, a través del uso de elementos didácticos, en dos sesiones en cada colegio.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participaron 107 niños inscritos en 3 escuelas de la comuna de Santiago: República de Panamá; República de Israel y República de Alemania</li> <li>Se diseñó material para niños que participaron en las actividades del proyecto: Rompecabezas y Huinchas de medir con contenidos sobre la Ley del consumidor.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.15.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.600.000	\$ 1.664.360	\$ 1.916.677	\$ 3.581.037	\$ 18.963
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en plazo establecido.		

## 5.16 Proyecto N° 38

### 5.16.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Spot Televisivo: Mis derechos en la publicación de mis datos
Asociación	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN
Representante legal	Juan Antonio Espina
Encargado	Juan Antonio Espina
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 7.000.000

### 5.16.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de dos spots televisivos de de 30 segundos cada uno, sobre la problemática descrita a fin de representar situaciones cotidianas y educar al consumidor en la forma como la ley ampara sus derechos al respecto.</li> <li>Emisión de los spots televisivos por señales de canal abierto con presencia nacional y que transmitan al menos en 100 oportunidades durante tres meses asegurando sean vistos por al menos 30.000 hogares en promedio.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin información a la fecha de elaboración de esta Memoria.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se encuentra pendiente entrega del Informe Final de ejecución del proyecto, lo que fue notificado a la Asociación mediante Oficio N° 1272 de 19 de enero de 2010.</li> </ul>

### 5.16.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 7.000.000	\$ 3.150.000	\$ 3.500.623	\$ 6.650.623	\$ 349.377
<b>Comentarios</b>		Asociación NO HA reintegrado monto en plazo establecido.		

## 5.17 Proyecto N° 42

### 5.17.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Concurso de Cómics y cuentos sobre derechos de los consumidores en Rancagua
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios Chile Consumo
Representante legal	Patricio Angulo Reyes
Encargado	Patricio Angulo Reyes
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional-Local
Cobertura territorial	Región del Libertador Bernardo O`Higgins
Recursos asignados	\$ 3.000.000

### 5.17.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de concurso de cómics y cuentos y con temática de derechos y deberes del consumidor.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se diseña material de difusión del concurso y convocatoria, la que se realizó en la Universidad Autónoma de Aconcagua</li> <li>Se publican ganadores en medio de comunicación local y en página Web de la asociación</li> <li>Se diseña, imprime y distribuye publicación con cuentos y cómics ganadores.</li> <li>Se anexa registro fotográfico de acto de premiación</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.17.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.000.000	\$ 380.000	\$ 1.706.800	\$ 2.086.800	\$ 913.200
<b>Comentarios</b>		La Asociación realizó reintegró parcial de los recursos. A la fecha de realización de esta Memoria se encuentra en proceso de apelación por la diferencia.		

## 5.18 Proyecto N° 43

### 5.18.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Información y Orientación de los Consumidores en relación a los alimentos que contienen organismos genéticamente modificados (OGM)
Asociación	Asociación de Consumidores Conscientes por la Salud y el Medio Ambiente
Representante legal	Jorge Fuentes
Encargado	Jorge Fuentes
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región del Maule
Recursos asignados	\$ 3.000.000

### 5.18.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar a 5000 ciudadanos, 3000 estudiantes de enseñanza básica y media, 300 alumnos de escuelas agrícolas, 100 alumnos de enseñanza superior sobre lo que son los <b>OGM</b>, sobre la Ley 19.496 artículo 3º letra b) y d); y orientarlos para ser consumidores responsables y capaces de elegir libremente.</li> <li>• Entregar competencias a estudiantes y ciudadanos en general para que posean conocimiento sobre los productos que se consumen y los beneficios que esto conlleva</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se informó a más de 5.000 ciudadanos a través de diversas actividades, además 1.200 estudiantes y 360 alumnos de escuelas agrícolas de la Región del Maule con capacitaciones en sus establecimientos educativos</li> <li>• Proyección de un ciclo de documentales en plazas y establecimientos educacionales, se anexan DVD y registro fotográfico</li> <li>• Se anexa aparición en diversos medios de comunicación regionales, con entrevistas a encargado del proyecto y parte del equipo ejecutor</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.18.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1º)	Recursos Rendidos (2º)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.000.000	No Aplica	\$ 2.589.425	\$ 2.589.425	\$ 410.575
<b>Comentarios</b>		A le fecha de elaboración de esta Memoria, la Asociación realizó reintegro parcial de los recursos.		

## 5.19 Proyecto N° 45

### 5.19.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	A través de la televisión fortalecemos la educación de los consumidores.
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur, CDS
Representante legal	Richard Caamaño O.
Encargado	Richard Caamaño O.
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de La Araucanía
Recursos asignados	\$ 5.500.000

### 5.19.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar 2 spot publicitarios sobre Consumo Responsable de Leña y Responsabilidad Social del Consumidor, difundidos en televisión regional.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se completó el proceso de realización de los 2 spot publicitarios sobre Consumo Responsable de Leña y Responsabilidad Social del Consumidor, difundidos en televisión regional. Se anexa DVD con copias de los Spot y registro fotográfico de las actividades de realización.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.19.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.500.000	\$ 2.520.000	\$ 2.968.723	\$ 5.488.723	\$ 11.277
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en plazo establecido.		

## 5.20 Proyecto N° 47

### 5.20.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Capacitación de dirigentes de la Red de Asociaciones de Consumidores del Sur en Cooperativas de Consumo y en Metodologías de Investigación.
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur, CDS
Representante legal	Richard Caamaño Oyarzún
Encargado	Richard Caamaño Oyarzún
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Nacional
Cobertura territorial	Capacitación dirigentes de la Red de Asociaciones de Consumidores del Sur
Recursos asignados	\$ 3.500.000

### 5.20.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>38 directivos de 06 Asociaciones de Consumidores de la red Sur Austral, capacitados Cooperativas de Consumo y en Metodologías de Investigación, a través de curso de 10 horas.</li> <li>Elaboración de 100 manuales de capacitación curso entregados a las Asociaciones participantes.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se realiza jornada de capacitación, en la que participaron 30 dirigentes de 6 asociaciones de consumidores del sur de Chile.</li> <li>Relatores expertos en Cooperativas de consumo y metodologías de investigación realizaron cursos.</li> <li>Se anexa CD con contenidos utilizados en la capacitación, distribuidos a los dirigentes que participaron del proyecto</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.20.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.500.000	No Aplica	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones.		

## 5.21 Proyecto N° 49

### 5.21.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Capacitación y participación ciudadana en la Red de protección al consumidor en la Región de Los Ríos.
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valdivia – ACOVAL
Representante legal	Rubén Parada Pérez
Encargado	Rubén Parada Pérez
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	Regional- Local
Cobertura territorial	Región de Los Ríos
Recursos asignados	\$ 3.900.000

### 5.21.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar Talleres sobre contenidos de la Ley del consumidor a 30 monitores de comunas de la región</li> <li>Propender a la réplica de conocimientos en talleres guiados por los 30 Monitores</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se realizan talleres en 3 comunas de la región: Máfil, Lanco y Paillaco a dirigentes locales.</li> <li>Se anexan cartas compromiso de La Unión Comunal de Juntas de Vecinos de San José de la Mariquina y de La Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Máfil para realizar trabajo conjunto con ACOVAL que permita seguir difundiendo los derechos del consumidor en la región</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.21.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.900.000	\$ 1.437.285	\$ 2.385.032	\$ 3.822.317	\$ 77.683
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en plazo establecido.		

## 5.22 Proyecto N° 52

### 5.22.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Feria itinerante provincial: Exposición temática derechos del consumidor y obra de teatro "Donde esta mi boleta"
Asociación	Asociación de Consumidores de Osorno ACO
Representante legal	Luis Álvarez González
Encargado	Alicia Báez Bahamondes
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Los Lagos
Recursos asignados	\$ 5.419.200

### 5.22.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar 11 presentaciones de la obra de teatro "Donde esta mi Boleta" en Purranque, Río Negro, puerto Octay, Puyehue, San Pablo y Osorno</li> <li>Completar el resultado anterior a través de exposiciones de material temático y folletería sobre derechos de los consumidores</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se concretaron 12 presentaciones de la obra en localidades de Purranque, Río Negro, Puyehue, San Juan de la Costa, Puerto Octay, San Pablo y Osorno.</li> <li>Se diseñó material y folletería, utilizados en exposiciones en cada obra de teatro realizada y otras actividades ciudadanas. Se anexa registro fotográfico.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.22.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.419.200	\$ 2.708.667	\$ 2.710.533	\$ 5.419.200	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones.		

## 5.23 Proyecto N° 55

### 5.23.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Dialogando el consumo en Puerto Montt a través de los Medios de Comunicación
Asociación	Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región – CIDER
Representante legal	Juan Hernán Navarro Alvarado
Encargado	Juan Hernán Navarro Alvarado
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Los Lagos
Recursos asignados	\$ 3.380.000

### 5.23.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un programa de difusión en los medios de comunicación regionales acerca de los derechos y denuncias de los consumidores</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se creó y difundió un programa a través del Canal 5 de VTR de Puerto Montt. La emisión de sus capítulos se realizó durante los meses de noviembre (8 veces) y diciembre (10 veces)</li> <li>Se contrató la transmisión de 6 spot difundidos 10 veces al día entre los meses de noviembre y diciembre por radio <i>Para Ti</i> FM 96.5</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.23.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.380.000	\$ 1.670.000	\$ 1.653.000	\$ 3.323.000	\$ 57.000
<b>Comentarios</b>		Asociación restituyó monto en plazo establecido.		

## Capítulo V

### Segundo Concurso Público de Proyectos 2009

#### 1. Bases del Concurso

El Consejo de Administración, mediante Acuerdo N° 25 de 14 de julio de 2009, aprobó las Bases del Segundo Concurso Público de Proyectos 2009, para el financiamiento de iniciativas de las Asociaciones de Consumidores constituidas en conformidad a la Ley del Consumidor. Así, el texto de estas Bases fue aprobado por el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor mediante Resolución Exenta N° 721 de fecha 17 de julio de 2009.

La convocatoria pública al Concurso se realizó el día 17 de julio de 2009, mediante publicación en diario de circulación nacional (La Tercera, Santiago).

#### 2. Desarrollo del Segundo Concurso

##### 2.1 Proceso de postulación.

De acuerdo a la convocatoria pública, el proceso de postulaciones al Concurso se cerró el día viernes 10 de agosto de 2009, a las 13:00 horas, en las oficinas de las Direcciones Regionales del Servicio Nacional del Consumidor en el país.

Según consta en el Acta de Recepción, el Consejo recibió la postulación de 48 proyectos en las regiones de Tarapacá, de Antofagasta, de Atacama, de Coquimbo, de Valparaíso, Metropolitana, del Bío Bío, de la Araucanía, de Los Ríos y de los Lagos

El listado completo de proyectos presentados en cada región, se informa en la tabla N° 2.

**Tabla N° 9**  
**Segundo Concurso 2009. Proyectos postulados por Región.**

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
<b>Región de Tarapacá.</b>				
1	Encuentro regional de organizaciones comunitarias para la difusión de la Ley 19.496 y sus modificaciones y la promoción para formar Asociaciones de Consumidores rurales.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Región de Tarapacá (ARDEC)	10.08	12:50
2	Los niños y niñas de la comuna aprenden sus derechos como consumidores y el consumo responsable a través de una revista de cómics.	ARDEC	10.08	12:52
<b>Región de Antofagasta.</b>				
3	Primer foro de Asociaciones de Consumidores de la Zona Norte.	Asociación de Protección a los Consumidores de Antofagasta (APAC)	10.08	10:30

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
4	Antofagasta se educa e informa: Campaña para la difusión de los derechos de los consumidores.	APAC	10.08	10:30
5	Campaña comunicación para la difusión de los derechos y deberes de los consumidores: "Yo me informo y exijo".	APAC	10.08	10:30
<b>Región de Atacama.</b>				
6	Por que cada gota cuenta, en Vallenar cuidamos y ahorramos el agua.	Asociación de Consumidores de Vallenar (ADECOVALL)	10.08	12.00
<b>Región de Coquimbo.</b>				
7	Conocer tus derechos te convierte en un consumidor protegido.	Asociación de Consumidores Acción Inteligente (ACAI)	10.08	12:30
8	Funcionamiento del sistema de protección legal al consumidor en La Serena y Coquimbo.	ACAI	10.08	12:30
<b>Región de Valparaíso.</b>				
9	Talleres de capacitación y difusión de la ley N.º 19.496 para dirigentes sociales, juveniles y adultos de las comunas de Con Con, Puchuncaví, Quillota, La Cruz, La Calera, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor activo.	Asociación de Consumidores de Quintero (ADECO - Quintero)	10.08	10:50
<b>Región Metropolitana.</b>				
10	Ciudadanos consumidores para la gobernabilidad ambiental	Defensores de los Derechos Colectivos de los Consumidores Asociación de Consumidores (DECCO)	10.08	11:50
11	Difusión de la existencia de Asociaciones de Consumidores.	DECCO	10.08	11:50
12	La deuda de los hogares y los derechos de los consumidores.	Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU)	10.08	12:30
13	Seguridad e inocuidad de lápices labiales y lentes de sol.	ODECU	10.08	12:30
14	Calidad de productos de alimentación: Yogurt, aceite comestible y refresco en polvo.	ODECU	10.08	12:30

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
15	Seguridad de los secadores de pelo y guirnaldas de luz.	ODECU	10.08	12:30
16	Estudio sobre las reformas a la ley 19.496.	ODECU	10.08	12:30
17	Escuelas vecinales de educación e información de consumo.	Asociación de Consumidores y Usuarios Metropolitana (ACUM)	10.08	12:40
18	Derechos del consumidor en el ámbito educativo.	Asociación Nacional de Consumidores y Usuarios de Servicios Educativos (ANCUSE)	10.08	12:45
19	Los padres y apoderados como usuarios de educación.	ANCUSE	10.08	12:45
20	Educando y promoviendo la ley del consumidor en organizaciones sociales de Pedro Aguirre Cerda.	Asociación de Consumidores y usuarios de las Poblaciones La Victoria y San Joaquín Poniente de la Comuna de Pedro Aguirre Cerda (ACUJOVI)	10.08	12:45
21	Guía del consumidor inmobiliario.	Asociación de Consumidores Inmobiliarios (ACOIN)	10.08	12:45
22	Estudio sobre las reforma a la Ley 19.496.	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (CONADECUS)	10.08	12:55
23	Análisis químico de las aguas minerales v/s aguas purificadas de mayor consumo en Chile.	CONADECUS	10.08	12:55
24	El adulto mayor ante el sistema de protección al consumidor.	CONADECUS	10.08	12:55
25	Producción y distribución de tres capítulos de dibujos animados sobre la ley del consumidor, para niños de 7 a 12 años.	CONADECUS	10.08	12:55

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
26	Programa de televisión El Observatorio del consumidor II (3 capítulos).	CONADECUS	10.08	12:55
27	La comunidad se informa y se capacita sobre los beneficios de la reforma previsional y del seguro de cesantía.	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social (ANADEUS)	10.08	12:58
28	Percepción usuaria del adulto mayor de la región metropolitana, respecto de la oportunidad y calidad de la atención del sistema de salud público.	ANADEUS	10.08	12:58
29	Derecho a mis derechos: Yo también soy consumidor.	ANADEUS	10.08	12:58
30	Encuentro de asociaciones de consumidores.	ANADEUS	10.08	12:58
31	Campaña publicitaria: Exige garantía en navidad.	Asociación de Consumidores de Santiago (ACOSAN)	10.08	12:59
32	Mano a mano con el consumidor.	ACOSAN	10.08	12:59
33	Teleradio del consumidor.	ACOSAN	10.08	12:59
34	Publicidad engañosa: Consumo engaño.	ACOSAN	10.08	12:59
48	Estudio de servicios funerarios de INP y AFP.	ACAM	06.08	10:00
<b>Región del Bío Bío.</b>				
35	En la educación superior también soy consumidor.	Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras (FOJUCC)	10.08	13:00
36	Módulos de clases: Consumo y ciudadanía.	FOJUCC	10.08	13:00
37	Jornada de reflexión y encuentro Red Sur Asociaciones de Consumidores: "El Consumidor a la Constitución"	FOJUCC	10.08	13:00
<b>Región de La Araucanía.</b>				

N°	Proyecto	Asociación de Consumidores	Ingreso	
			Día	Hora
38	Sensibilización sobre el consumo de leña de calidad en la ciudad de Villarrica.	Asociación de Consumidores del Sur (CDS)	10.08	13:00
39	A través de la radio educamos, informamos y promovemos el consumo responsable.	CDS	10.08	13:00
40	Encuesta de precios de productos alimenticios y publicación de informativo para consumidores.	CDS	10.08	13:00
<b>Región de Los Ríos.</b>				
41	Capacitación y participación ciudadana en la red de protección al consumidor en las comunas de Corral, Los Lagos y Futrono en la Región de Los Ríos.	Asociación de Consumidores de Valdivia (ACOVAL)	10.08	12:55
42	Encuentro regional Consumo y magnitud de los (as) consumidores (as) y usuarios (as) de bienes y servicios de la Región de Los Ríos: Autodiagnóstico ciudadana para la acción local.	ACOVAL	10.08	12:55
<b>Región de Los Lagos.</b>				
43	ACO te informa a través de radio y periódico.	ACO	10.08	11:36
44	Revista digital (Segunda versión).	Asociación de Consumidores de Osorno (ACO)	10.08	11:40
45	Implementos tecnológicos e imagen institucional y congreso provincial para CIDER.	Asociación de Consumidores Inter-comunal Décima Región (CIDER)	10.08	12:58
46	“Aguas turbias...”	Asociación de Consumidores de Chiloé (CHILOEACTIVO)	10.08	12:55
47	Encuestas de precios de medicamentos y publicación de informativo para consumidores.	CHILOEACTIVO	10.08	12:55

## 2.2 Examen de admisibilidad de los proyectos.

De acuerdo a lo dispuesto en las Bases del Segundo Concurso, el Secretario Ejecutivo del Consejo constató en el Acta de Admisibilidad de proyectos, aprobada el día 14 de agosto de 2009, que cumplida la revisión de la documentación presentada por las Asociaciones de Consumidores postulantes, correspondía rechazar en los términos previstos por el apartado 2.6 de las Bases, sobre incumplimiento de los requisitos, los siguientes proyectos:

**Tabla Nº 10**  
**Segundo Concurso 2009. Proyectos declarados inadmisibles.**

<b>Nº</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación</b>	<b>Motivo de la inadmisibilidad</b>
1	Encuentro regional de organizaciones comunitarias para la difusión de la Ley 19.496 y sus modificaciones y la promoción para formar Asociaciones de Consumidores rurales.	Asociación Regional de Defensa del Consumidor Región de Tarapacá (ARDEC)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
2	Los niños y niñas de la comuna aprenden sus derechos como consumidores y el consumo responsable a través de una revista de comics.	ARDEC	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
17	Escuelas vecinales de educación e información de consumo.	Asociación de Consumidores y Usuarios Metropolitana (ACUM)	Encontrarse en la situación prevista en el apartado 1.2 inciso 3º, sobre mantener pendientes informes de Concurso Anual de Proyectos 2008 del Fondo Concursable.
18	Derechos del consumidor en el ámbito educativo.	Asociación Nacional de Consumidores y Usuarios de Servicios Educativos (ANCUSE)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
19	Los padres y apoderados como usuarios de educación.	ANCUSE	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
43	ACO te informa a través de radio y periódico.	Asociación de Consumidores de Osorno (ACO)	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
44	Revista digital (Segunda versión).	ACO	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.
45	Implementos tecnológicos e imagen institucional y	Asociación de Consumidores Inter-	No cumplir con requisito del apartado 1.4, letra b), sobre

<b>N°</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación</b>	<b>Motivo de la inadmisibilidad</b>
	congreso provincial para CIDER.	comunal Décima Región (CIDER)	presentación de certificado de vigencia válido al tiempo de postular.

### **2.3 Reclamaciones en proceso de admisibilidad:**

El Consejo de Administración del Fondo Concursable destinado al financiamiento de iniciativas de las Asociaciones de Consumidores resolvió las apelaciones presentadas por las Asociaciones de Consumidores al rechazo de sus proyectos, de acuerdo a Acta de Admisibilidad.

Este proceso no resultó en una alteración de los proyectos declarados admisibles por cuanto todas las apelaciones fueron desestimadas.

### 3. Evaluación de los proyectos

#### 3.1 Criterios de evaluación y ponderaciones:

De acuerdo a las Bases del Concurso, la evaluación de los proyectos consideró cinco criterios de evaluación: Justificación del proyecto; plan de actividades; plan de ejecución presupuestaria; experiencia y externalidades del proyecto.

Los criterios expuestos, están definidos detalladamente en las Bases del Segundo Concurso 2009 y en la Ficha Única de Evaluación y tienen las ponderaciones que se indica en la tabla siguiente:

**Tabla N° 11  
Segundo Concurso 2009. Criterios de evaluación y ponderaciones.**

Criterio o variable	Componente de la evaluación	Preguntas Guía	Indicador de logro	Puntaje
<b>1. Justificación del proyecto.</b>	1.1 Identificación de problema y población afectada.	¿Se identifica qué problema de consumo abordará el proyecto? ¿Es posible cuantificar el problema? ¿Qué fuentes han sido consultadas para definir el problema? ¿Se indica elementos económicos, sociales, culturales que den contexto al problema planteado o lo justifiquen? ¿La población <b>afectada por el problema</b> está identificada con claridad, descrita y cuantificada? ¿La población está diferenciada por sexo? ¿La población está diferenciada por rangos de edad? ¿Se describe cómo afecta a hombres y mujeres, de manera diferenciada?	Logrado	<b>6</b>
			Medianamente logrado	<b>3</b>
			Escasamente logrado	<b>1</b>
			No logrado	<b>0</b>
	1.2 Definición de la población objetivo.	¿Se informa a cuántas personas beneficiará directamente el proyecto ( <b>población objetivo</b> ), y cómo lo hará? ¿Se justifica adecuadamente por qué se trabajará con esas personas? ¿Se señalan los criterios de selección de esas	Logrado	<b>6</b>
			Medianamente logrado	<b>3</b>
Escasamente logrado			<b>1</b>	

criterio o variable	Componente de la evaluación	Preguntas Guía	Indicador de logro	Puntaje
		personas como beneficiarios/as directos/as?	No logrado	0
	1.3 Descripción del proyecto. Definición de objetivos y resultados esperados.	- ¿El objetivo general y los objetivos son consistentes con la identificación del problema? ¿Están descritos con precisión? - ¿Los resultados esperados tienen relación con los objetivos planteados? ¿Están descritos con precisión? ¿Pueden ser medidos? ¿Se define cómo se realizará la medición de los resultados?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
	1.4 Relevancia de la ejecución.	¿Se precisa por qué es importante la realización del proyecto postulado o su continuación, en el caso de los de continuidad? ¿Propone algún cambio en las conductas y valores de consumo de las personas? ¿Apunta al mejoramiento de necesidades concretas de los consumidores/as? ¿Incide en la política pública de consumo?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
2. Plan de actividades.	2.1 Definición de las actividades.	¿Se describe detalladamente qué actividades incluirá la ejecución del proyecto? ¿Las actividades son consistentes con los objetivos y resultados esperados del proyecto? ¿Están identificadas todas las actividades necesarias para cumplir con los resultados esperados? ¿Son claras las tareas definidas para el equipo ejecutor en relación a las actividades?	Logrado	10
			Medianamente logrado	6
			Escasamente logrado	2
			No logrado	0
	2.2 Distribución del tiempo (cronograma).	¿Está bien especificado el cronograma de actividades? ¿Los plazos propuestos para su implementación son razonables? ¿Permiten los tiempos destinados a las distintas actividades	Logrado	8
			Medianamente logrado	4
			Escasamente logrado	1

criterio o variable	Componente de la evaluación	Preguntas Guía	Indicador de logro	Puntaje
		alcanzar los resultados esperados del proyecto?	No logrado	0
<b>3. Plan de ejecución presupuestaria.</b>	3.1 Consistencia presupuestaria.	¿Es consistente el presupuesto con las actividades, los objetivos y resultados planteados? ¿La distribución de gastos de personal, operación, difusión e inversión se justifica en función del plan de actividades propuesto?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
	3.2 Sustentación de los valores, por ítem de costo.	¿Los honorarios solicitados / valorados, responden a valores de mercado conforme a la calificación de los ejecutores/as y a los tiempos dedicados a las actividades del proyecto? ¿Los gastos operacionales, de difusión e inversión están respaldados adecuadamente, con cotizaciones o justificándolo cuando ello no ha sido posible?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
	3.3 Cronograma de gastos.	¿Se observa consistencia de los tiempos de ejecución del gasto, con el cronograma de actividades planteado?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
<b>4. Experiencia.</b>	4.1 Experiencia del equipo ejecutor en materias propuestas.	¿Está definido un equipo ejecutor, cuántas personas lo componen? ¿El/los currículo/s de los ejecutores/as, da cuenta de experiencia previa en las temáticas propuestas en el proyecto o similares? ¿Los/as postulantes acompañan documentación que acredita esta experiencia?	Logrado	12
			Medianamente logrado	6
			Escasamente logrado	3
			No logrado	0
	4.2 Experiencia de la Asociación en la ejecución de iniciativas en	¿La Asociación ha realizado actividades similares o ha participado de actividades que	Logrado	12
			Medianamente logrado	6

criterio o variable	Componente de la evaluación	Preguntas Guía	Indicador de logro	Puntaje
	la materia propuesta.	estén relacionadas al proyecto propuesto?	Escasamente logrado	3
			No logrado	0
<b>5. Externalidades del proyecto.</b>	5.1 Participación de los consumidores/as.	¿La definición del problema consideró instancias consultivas u otras formas de participación de la comunidad? ¿La ejecución del proyecto considera la presencia activa de algún colectivo o comunidad en su ejecución? ¿Se considera la evaluación del proyecto por parte de los beneficiarios/as u otro colectivo relacionado al él?	Logrado	5
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
	5.2 Replicabilidad de la iniciativa.	¿Es posible distinguir con claridad cómo se podría reproducir la experiencia? ¿Es posible continuar las acciones del proyecto en el futuro, por parte de la Asociación ejecutora o de otras Asociaciones? ¿Es posible dar continuidad a la iniciativa con recursos propios de la Asociación o con apoyo de otros actores sociales o institucionales?	Logrado	5
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
			No logrado	0
	5.3 Aporte al Movimiento Consumerista.	¿El desarrollo del proyecto contribuye a fortalecer a la Asociación ejecutora? ¿El proyecto representa un aporte para otras Asociaciones de Consumidores? ¿La ejecución considera la co-ejecución de otras Asociaciones? ¿La ejecución contribuye al desarrollo de la asociatividad en consumo, con otras Asociaciones de Consumidores? ¿El proyecto busca vincular a la Asociación con otros actores del sistema de protección del consumidor (de la Sociedad Civil, del Estado, o de los Proveedores)?	Logrado	6
			Medianamente logrado	3
			Escasamente logrado	1
No logrado			0	

### 3.2 Asignación de puntajes.

Con los antecedentes señalados, la evaluación de los proyectos se realizó, en una primera etapa por cada uno de los Consejeros de manera individual y, luego, conjuntamente en sesiones de los días 13, 19, 26 y 27 de agosto de 2009. Los resultados de esta tarea se resumen en las tablas siguientes:

Evaluación de proyectos generales (nacionales/regionales):

**Tabla Nº 12  
Segundo Concurso 2009. Proyectos generales. Resultados del Proceso de evaluación.**

N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
25	Producción y distribución de tres capítulos de dibujos animados sobre la ley del consumidor, para niños de 7 a 12 años.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 cápsulas de dibujos animados de 30 segundos (niños 7-12 años).</li> </ul>	3	3.016.666	<b>3.016.666</b>	<b>58</b>	• Sin observaciones.
20	Educando y promoviendo la ley del consumidor en organizaciones sociales de Pedro Aguirre Cerda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 talleres de capacitación de 6 horas cada uno, a 80 dirigentes sociales de la comuna PAC.</li> </ul>	3	3.693.000	<b>3.693.000</b>	<b>56</b>	• Sin observaciones.
36	Módulos de clases: Consumo y ciudadanía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edición de material didáctico elaborado por FOJUCC.</li> </ul>	3	4.271.624	<b>4.271.624</b>	<b>52</b>	• Sin observaciones.
22	Estudio sobre las reforma a la Ley 19.496.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de 1 seminario, 40 actores relevantes.</li> <li>• Impresión de documento sobre contenidos del seminario y propuestas.</li> </ul>	3	3.150.351	<b>3.150.351</b>	<b>51</b>	• Sin observaciones.
38	Sensibilización sobre el consumo de leña de calidad en la ciudad de Villarrica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de un estudio.</li> <li>• Difusión de resultados del estudio en medios locales.</li> <li>• Realización de taller con autoridades.</li> </ul>	3	3.000.000	<b>3.000.000</b>	<b>50</b>	• Sin observaciones.



N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
26	Programa de televisión El Observatorio del consumidor II (3 capítulos).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 capítulos de programa de televisión, 30 minutos (Farmacias, Libre competencia y consumidores y Tasas de interés), emitido en 11 regiones del país.</li> </ul>	3	5.589.333	<b>5.589.333</b>	<b>49</b>	• Sin observaciones.
6	Por que cada gota cuenta, en Vallenar cuidamos y ahorramos el agua.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña radial comuna de Vallenar.</li> <li>• 2.000 dípticos entregados.</li> <li>• 2.000 adhesivos.</li> <li>• 10.00 adhesivos distribuidos con boletas de agua.</li> </ul>	3	5.150.000	<b>5.150.000</b>	<b>47</b>	• Sin observaciones.
46	“Aguas turbias...”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización y difusión de documental.</li> <li>• Realización de 10 programas radiales.</li> <li>• Distribución de 500 boletines informativos.</li> </ul>	3	7.487.240	<b>6.794.448</b>	<b>45</b>	• Sin observaciones.
21	Guía del consumidor inmobiliario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5.000 guías inmobiliarias distribuidas y en la Web.</li> <li>• Actividades de difusión asociadas.</li> <li>• Acciones de vinculación a otras Asociaciones, imprecisas.</li> </ul>	3	13.631.716	<b>5.000.000</b>	<b>45</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -Ajustar presupuesto.</li> <li>• Definir contenido general de la Guía.</li> <li>• Número de ejemplares, podría ampliarse.</li> <li>• Definir estrategias de difusión, en puntos establecidos.</li> <li>• Ajustar actividades a elaboración y distribución de la guía.</li> </ul>

N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
29	Derecho a mis derechos: Yo también soy consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de agenda temática para niños/as, 500 ejemplares.</li> <li>• Difusión en colegios municipalizados de Quinta Normal, PAC y Santiago.</li> <li>• Reforzar tareas de educación en consumo a escuelas seleccionadas (430 niños/as).</li> </ul>	3	5.104.500	<b>4.165.000</b>	<b>45</b>	• Sin observaciones.
3	Primer foro de Asociaciones de Consumidores de la Zona Norte.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuentro de 57 dirigentes de Asociaciones de Consumidores y organizaciones sociales en Antofagasta, 2 días.</li> </ul>	3	3.751.190	<b>3.000.000</b>	<b>44</b>	• Sin observaciones.
41	Capacitación y participación ciudadana en la red de protección al consumidor en las comunas de Corral, Los Lagos y Futrono en la Región de Los Ríos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de ciclo de 4 talleres en 3 comunas (45 dirigentes sociales).</li> <li>• Difusión de las actividades.</li> </ul>	3	4.449.464	<b>4.449.464</b>	<b>43</b>	• Sin observaciones.
33	Teleradio del consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de difusión radial sobre la garantía legal de los productos.</li> </ul>	3	7.122.500	<b>6.322.500</b>	<b>42</b>	• Sin observaciones.
48	Estudio de servicios funerarios de INP y AFP.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de estudio sobre endoso de cuota mortuoria en 10 regiones del país.</li> </ul>	3	7.230.000	<b>4.000.000</b>	<b>42</b>	• Sin observaciones.
8	Funcionamiento del sistema de protección legal al consumidor en La Serena y Coquimbo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio sobre causas de consumo en tribunales de la región.</li> </ul>	3	3.922.070	<b>3.000.000</b>	<b>41</b>	• Sin observaciones.



N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
35	En la educación superior también soy consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de difusión sobre derechos.</li> <li>• Soporte en portal Web.</li> </ul>	3	3.953.143	(Espera)	40	• Sin observaciones.
37	Jornada de reflexión y encuentro Red Sur Asociaciones de Consumidores: "El Consumidor a la Constitución".	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de encuentro de Asociaciones.</li> </ul>	3	4.823.534	(Espera)	40	• Sin observaciones.
27	La comunidad se informa y se capacita sobre los beneficios de la reforma previsional y del seguro de cesantía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 talleres de capacitación sobre reforma previsional y seguro de cesantía en Vallenar, Copiapó, Ovalle, Santiago, Curicó y Osorno.</li> <li>• Difusión asociada a realización de talleres, en general.</li> </ul>	3	8.089.500	0	39	• Sin observaciones.
28	Percepción usuaria del adulto mayor de la región metropolitana, respecto de la oportunidad y calidad de la atención del sistema de salud público.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 estudio de opinión.</li> <li>• Difusión de los resultados.</li> <li>• Elaboración de material.</li> </ul>	3	8.885.000	0	39	• Sin observaciones.
42	Encuentro regional Consumo y magnitud de los (as) consumidores (as) y usuarios (as) de bienes y servicios de la Región de Los Ríos: Autodiagnóstico ciudadana para la acción local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de encuentro.</li> <li>• Generación de información para planificar acción de la Asociación en su entorno local.</li> </ul>	3	3.018.000	0	37	• Sin observaciones.

N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
1	Encuentro regional de organizaciones comunitarias para la difusión de la Ley 19.496 y sus modificaciones y la promoción para formar Asociaciones de Consumidores rurales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentro de 60 dirigentes sociales regionales de 5 comunas, dos días en Pica, sobre Asociaciones de Consumidores.</li> <li>Preparar formación de posibles Asociaciones en la región.</li> </ul>	3	4.552.000	0	34	• Sin observaciones.
9	Talleres de capacitación y difusión de la ley N.º 19.496 para dirigentes sociales, juveniles y adultos de las comunas de Con Con, Puchuncaví, Quillota, La Cruz, La Calera, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor activo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de (9/4) talleres de capacitación a adultos de (9/4) comunas de la región, asistencia mínima de 30 dirigentes.</li> <li>Actividades de difusión asociadas a los talleres.</li> </ul>	3	7.024.701	0	34	• Sin observaciones.
24	El adulto mayor ante el sistema de protección al consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio sobre situaciones que afectan al adulto mayor en el mercado.</li> <li>Folleto informativo.</li> <li>.</li> </ul>	3	3.000.000	0	34	• Sin observaciones.
2	Los niños y niñas de la comuna aprenden sus derechos como consumidores y el consumo responsable a través de una revista de comics.	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 ediciones de revista de comics (15.000 ejemplares) a estudiantes educación municipal, 1º a 8º básico.</li> </ul>	3	8.110.000	0	32	• Sin observaciones.
10	Ciudadanos consumidores para la gobernabilidad ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>No definidos.</li> </ul>	3	11.780.000	0	32	• Sin observaciones.
45	Implementos tecnológicos e imagen institucional y congreso provincial para CIDER.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de congreso de consumidores en Puerto Montt, asistencia 120 dirigentes.</li> </ul>	3	7.737.790	0	32	• Sin observaciones.



N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos aprobados	Puntaje asignado	Observaciones
4	Antofagasta se educa e informa: Campaña para la difusión de los derechos de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversas actividades de difusión, escasamente definidas.</li> <li>12 encuestas /cuestionarios, sobre problemas de consumo.</li> <li>4 mensajes radiales.</li> <li>Difusión a través de correos y en sitio Web.</li> </ul>	3	4.550.000	0	31	• Sin observaciones.
40	Encuesta de precios de productos alimenticios y publicación de informativo para consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de 1 encuesta de precios de 11 supermercados de la ciudad de Temuco (23 productos alimenticios).</li> </ul>	3	3.715.000	0	31	• Sin observaciones.
34	Publicidad engañosa: Consumo engaño.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producción de disco musical temático.</li> <li>Difusión de 1.000 copias del disco a XX.</li> </ul>	3	4.000.000	0	30	• Sin observaciones.
5	Campaña comunicación para la difusión de los derechos y deberes de los consumidores: "Yo me informo y exijo".	<ul style="list-style-type: none"> <li>Campaña comunicacional en diversos medios; actividades poco definidas.</li> </ul>	3	5.570.000	0	29	• Sin observaciones.
12	La deuda de los hogares y los derechos de los consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 estudio sobre endeudamiento, contenidos vagos.</li> </ul>	3	8.255.000	0	29	• Sin observaciones.
47	Encuestas de precios de medicamentos y publicación de informativo para consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de encuesta a 40 medicamentos de mayor demanda y difusión.</li> </ul>	3	3.016.100	0	29	• Sin observaciones.

<b>N °</b>	<b>Nombre del proyecto</b>	<b>Productos ofrecidos</b>	<b>Tiempo (meses)</b>	<b>Recursos solicitados</b>	<b>Recursos aprobados</b>	<b>Puntaje asignado</b>	<b>Observaciones</b>
7	Conocer tus derechos te convierte en un consumidor protegido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña difusión para posicionar a la Asociación, Coquimbo y La Serena.</li> <li>• 1.000 afiches.</li> <li>• 10.000 trípticos.</li> <li>• 10 pendones.</li> <li>• Sitio Web de la Asociación.</li> </ul>	3	7.261.300	0	28	• Sin observaciones.
39	A través de la radio educamos, informamos y promovemos el consumo responsable.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 programas radiales de 30 minutos.</li> </ul>	3	5.565.000	0	27	• Sin observaciones.
16	Estudio sobre las reformas a la ley 19.496.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de documentos de discusión (3/4) sobre propuesta gubernamental de discusión de la Ley del Consumidor</li> </ul>	3	3.065.000	0	24	• Sin observaciones.
32	Mano a mano con el consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de volantes informativos (XX).</li> </ul>	3	4.060.000	0	24	• Sin observaciones.

Evaluación de proyectos específicos

**Tabla N° 13.**  
**Segundo Concurso 2009. Proyectos específicos. Resultados del Proceso de evaluación.**

N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos propuestos	Puntaje preliminar	Observaciones
30	Encuentro de asociaciones de consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 encuentro nacional.</li> <li>• 3 encuentros zonales.</li> </ul>	3	15.394.000	<b>13.200.00</b>	<b>64</b>	• Sin observaciones.
23	Análisis químico de las aguas minerales v/s aguas purificadas de mayor consumo en Chile.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio con análisis de aguas minerales y purificadas a la venta en la RM (16 marcas).</li> <li>• Difusión de resultados en medios de comunicación masiva.</li> </ul>	3	6.834.414	<b>6.834.414</b>	<b>45</b>	• Sin observaciones.
13	Seguridad e inocuidad de lápices labiales y lentes de sol.	• Estudios de productos lápices labiales y lentes de sol, en base a resultados de mediciones en laboratorio.	3	8.010.000	<b>8.010.000</b>	<b>43</b>	• Sin observaciones.
14	Calidad de productos de alimentación: Yogurt, aceite comestible y refresco en polvo.	• Estudio de composición nutricional de yogures, refrescos en polvo y aceites.	3	7.265.000	<b>7.265.000</b>	<b>41</b>	• Sin observaciones.
15	Seguridad de los secadores de pelo y guirnalda de luz.	• Estudio de calidad de productos secadores de pelo y guirnalda de luces.	3	7.050.000	<b>0</b>	<b>37</b>	• Sin observaciones.

N °	Nombre del proyecto	Productos ofrecidos	Tiempo (meses)	Recursos solicitados	Recursos propuestos	Puntaje preliminar	Observaciones
11	Difusión de la existencia de Asociaciones de Consumidores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de difusión masiva.</li> <li>• 1 spot Sub – TV de 20 segundos.</li> <li>• 1 spot en radios comunales y universitarias.</li> <li>• 1 sitio Web de la Asociación activo.</li> <li>• 1 tríptico de XX ejemplares.</li> </ul>	3	9.400.000	0	25	• Sin observaciones.
31	Campaña publicitaria: Exige garantía en navidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de difusión sobre contenido de la garantía de los productos.</li> </ul>	3	17.487.267	0	25	• Sin observaciones.

### 3.3 Selección de proyectos

A través del Acuerdo N° 27, del 27 de agosto de 2009, los proyectos seleccionados con puntajes iguales o superiores a 40 puntos, recibieron los montos de financiamiento que se indica en la tabla siguiente:

**Tabla N° 14.  
Segundo Concurso 2009. Proyectos generales seleccionados**

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
<b>Línea de proyectos generales</b> (Nacionales y Regionales) <b>Proyectos seleccionados.</b>				
25	Producción y distribución de tres capítulos de dibujos animados sobre la ley del consumidor, para niños de 7 a 12 años.	CONADECUS	58	3.016.666
20	Educando y promoviendo la ley del consumidor en organizaciones sociales de Pedro Aguirre Cerda.	ACUJOVI	56	3.693.000
36	Módulos de clases: Consumo y ciudadanía.	FOJUCC	52	4.271.624
22	Estudio sobre la reforma a la Ley 19.496.	CONADECUS	51	3.150.351
38	Sensibilización sobre el consumo de leña de calidad en la ciudad de Villarrica.	CDS	50	3.000.000
26	Programa de televisión El Observatorio del consumidor II (3 capítulos).	CONADECUS	49	5.589.333
6	Por que cada gota cuenta, en Vallenar cuidamos y ahorramos el agua.	ADECOVALL	47	5.150.000
29	Derecho a mis derechos: Yo también soy consumidor.	ANADEUS	45	4.165.000
21	Guía del consumidor inmobiliario.	ACOIN	45	5.000.000
46	"Aguas turbias..."	CHILOEACTIVO	45	6.794.448

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
<b>3</b>	Primer foro de Asociaciones de Consumidores de la Zona Norte.	APAC	<b>44</b>	<b>3.000.000</b>
<b>41</b>	Capacitación y participación ciudadana en la red de protección al consumidor en las comunas de Corral, Los Lagos y Futrono en la Región de Los Ríos.	ACOVAL	<b>43</b>	<b>4.014.464</b>
<b>48</b>	Estudio de servicios funerarios de INP y AFP.	ACAM	<b>42</b>	<b>4.000.000</b>
<b>33</b>	Teleradio del consumidor.	ACOSAN	<b>42</b>	<b>6.322.500</b>
<b>8</b>	Funcionamiento del sistema de protección legal al consumidor en La Serena y Coquimbo.	ACAI	<b>41</b>	<b>3.000.000</b>
<b>Línea de proyectos generales</b> (Nacionales y Regionales) <b>Lista de espera</b>				
<b>37</b>	Jornada de reflexión y encuentro Red Sur Asociaciones de Consumidores: "El Consumidor a la Constitución".	FOJUCC	<b>40</b>	<b>(A definir según disponibilidad)</b>
<b>35</b>	En la educación superior también soy consumidor.	FOJUCC	<b>40</b>	<b>(A definir según disponibilidad)</b>
<b>Línea de proyectos generales</b> (Nacionales y Regionales ) <b>Proyectos no seleccionados</b>				
<b>28</b>	Percepción usuaria del adulto mayor de la región metropolitana, respecto de la oportunidad y calidad de la atención del sistema de salud público.	ANADEUS	<b>39</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>27</b>	La comunidad se informa y se capacita sobre los beneficios de la reforma previsional y del seguro de cesantía.	ANADEUS	<b>39</b>	<b>Sin financiamiento</b>

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
<b>42</b>	Encuentro regional Consumo y magnitud de los (as) consumidores (as) y usuarios (as) de bienes y servicios de la Región de Los Ríos: Autodiagnóstico ciudadano para la acción local.	ACOVAL	<b>37</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>24</b>	El adulto mayor ante el sistema de protección al consumidor.	CONADECUS	<b>34</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>9</b>	Talleres de capacitación y difusión de la ley N.° 19.496 para dirigentes sociales, juveniles y adultos de las comunas de Con Con, Puchuncaví, Quillota, La Cruz, La Calera, San Antonio, Viña del Mar y Quintero para formar al futuro consumidor activo.	ADECO	<b>34</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>1</b>	Encuentro regional de organizaciones comunitarias para la difusión de la Ley 19.496 y sus modificaciones y la promoción para formar Asociaciones de Consumidores rurales.	ARDEC	<b>34</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>45</b>	Implementos tecnológicos e imagen institucional y congreso provincial para CIDER.	CIDER	<b>32</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>10</b>	Ciudadanos consumidores para la gobernabilidad ambiental	DECCO	<b>32</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>2</b>	Los niños y niñas de la comuna aprenden sus derechos como consumidores y el consumo responsable a través de una revista de comics.	ARDEC	<b>32</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>40</b>	Encuesta de precios de productos alimenticios y publicación de informativo para consumidores.	CDS	<b>31</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>4</b>	Antofagasta se educa e informa: Campaña para la difusión de los derechos de los consumidores.	APAC	<b>31</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>34</b>	Publicidad engañosa: Consumo engaño.	ACOSAN	<b>30</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>47</b>	Encuestas de precios de medicamentos y publicación de informativo para consumidores.	CHILOEACTIVO	<b>29</b>	<b>Sin financiamiento</b>

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
12	La deuda de los hogares y los derechos de los consumidores.	ODECU	29	Sin financiamiento
5	Campaña comunicación para la difusión de los derechos y deberes de los consumidores: "Yo me informo y exijo".	APAC	29	Sin financiamiento
7	Conocer tus derechos te convierte en un consumidor protegido.	ACAI	28	Sin financiamiento
39	A través de la radio educamos, informamos y promovemos el consumo responsable.	CDS	27	Sin financiamiento
32	Mano a mano con el consumidor.	ACOSAN	24	Sin financiamiento
16	Estudio sobre las reformas a la ley 19.496.	ODECU	24	Sin financiamiento

**Tabla Nº 15**  
**Segundo Concurso 2009. Proyectos específicos seleccionados por tema**

**Encuentro Nacional de Asociaciones**

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
<b>Proyectos seleccionados</b>				
30	Encuentro de asociaciones de consumidores.	ANADEUS	64	13.200.000
En esta línea de postulación sólo se recibió un proyecto.				

**Realización de testeos comparativos de calidad de productos o servicios de consumo masivo**

N °	Proyecto	Asociación postulante	Evaluación (puntos)	Recursos aprobados por Consejo (\$)
<b>Proyectos seleccionados</b>				

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
<b>23</b>	Análisis químico de las aguas minerales v/s aguas purificadas de mayor consumo en Chile.	CONADECUS	<b>45</b>	<b>6.834.414</b>
<b>14</b>	Calidad de productos de alimentación: Yogurt, aceite comestible y refresco en polvo.	ODECU	<b>43</b>	<b>7.265.000</b>
<b>13</b>	Seguridad e inocuidad de lápices labiales y lentes de sol.	ODECU	<b>43</b>	<b>8.010.000</b>
<b>Proyectos no seleccionados</b>				
<b>15</b>	Seguridad de los secadores de pelo y guirnalda de luz.	ODECU	<b>37</b>	<b>Sin financiamiento</b>

**Realización de una campaña nacional de difusión y promoción de derechos de los consumidores/as.**

<b>N °</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Asociación postulante</b>	<b>Evaluación (puntos)</b>	<b>Recursos aprobados por Consejo (\$)</b>
<b>Proyectos seleccionados</b>				
No se adjudica financiamiento en esta línea de proyectos				
<b>Proyectos no seleccionados</b>				
<b>31</b>	Campaña publicitaria: Exige garantía en navidad.	ACOSAN	<b>34</b>	<b>Sin financiamiento</b>
<b>11</b>	Difusión de la existencia de Asociaciones de Consumidores.	DECCO	<b>25</b>	<b>Sin financiamiento</b>

En los casos en que el Consejo resolvió montos de financiamiento parcial, menores a los solicitados, se requirió a las Asociaciones ejecutoras informar su conformidad con los cambios propuestos y, consecuentemente, presentar el rediseño de las actividades afectas por esa variación presupuestaria.

**4. Convenios de Ejecución**

En conformidad al Acuerdo N° 27, el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, firmó los convenios de ejecución con los representantes legales de las Asociaciones. A continuación, dictó las respectivas resoluciones exentas que autorizaron el inicio de la ejecución de los proyectos, por parte de los responsables y las asignaciones de recursos, por parte de SERNAC.

## 5. Seguimiento y resultados de la ejecución de proyectos

Entre el mes de septiembre y el 31 de diciembre de 2009, las Asociaciones ejecutaron los proyectos seleccionados en el Segundo Llamado, financiados total o parcialmente por el Fondo Concursable. Los objetivos del proyecto, las principales actividades realizadas y resultados o productos fruto de su ejecución se presentan, resumidamente en los siguientes apartados.

### Proyectos financiados Segundo Llamado Fondo Concursable 2009.

#### Identificación y principales resultados de ejecución.

#### 5.1 Proyecto N° 3

##### 5.1.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Primer Foro de Asociaciones de Consumidores de la zona norte
Asociación	Asociación de Protección al Consumidor - APAC
Representante legal	Héctor Poblete Gómez
Encargado	Héctor Poblete Gómez
Área temática	Encuentro
Línea del concurso	Regional-Local
Cobertura territorial	Regiones del norte del país
Recursos asignados	\$ 3.000.000

##### 5.1.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un foro de Asociaciones de Consumidores y organizaciones sociales del norte del país, en Antofagasta.</li> </ul>
-----------------------------	--

<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pendiente de evaluación.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	A la fecha de cierre de la Memoria Anual, la Asociación NO ha entregado informe de ejecución.

**5.1.3 Información financiera del proyecto:**

<b>Recursos Asignados</b>	<b>Recursos Rendidos (1°)</b>	<b>Recursos Rendidos (2°)</b>	<b>Total Aceptado</b>	<b>Monto a reintegrar</b>
\$ 3.000.000	No Aplica	\$ 2.900.057	\$ 2.900.057	\$ 99.943
<b>Comentarios</b>		Asociación ha apelado ante el Consejo por monto pendiente. Se redactará acuerdo.		

## 5.2 Proyecto N° 6

### 5.2.2 Identificación del proyecto:

Proyecto	Por que Cada Gota Cuenta, en Vallenar Cuidamos y Ahorramos el Agua
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios de Vallenar ADECOVALL A.C.
Representante legal	Hilda Valdivia Ardiles
Encargado	Evelyn Godoy Yáñez
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Atacama
Recursos asignados	\$ 5.150.000

### 5.2.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollar una campaña de difusión en medios de comunicación locales (radio y TV) dirigida a toda la población de la comuna de Vallenar, con mensajes alusivos a un consumo sustentable del recurso agua.</li><li>• Distribuir afiches y autoadhesivos, con mensajes de la Campaña Comunicacional en los domicilios de los clientes de la Empresa de Agua Potable, Aguas Chañar S.A. y en lugares de alta afluencia de público.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Campaña de difusión en medios locales, realizada, la cual incluyó las siguientes actividades:</li><li>• Impresión de 2.000 afiches alusivos.</li><li>• Impresión de 2.000 adhesivos y 10.000 autoadhesivos tamaño media carta, distribuidos en la vía pública.</li><li>• Avisos en radios, TV y comunicados de prensa.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.2.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.150.000	No Aplica	\$ 5.150.000	\$ 5.150.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones.		

### 5.3 Proyecto N° 8

#### 5.3.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Funcionamiento del sistema de protección legal al consumidor en La Serena y Coquimbo.
Asociación	Asociación de Consumidores Acción Inteligente – ACAI
Representante legal	Amadeo Alejandro Baldecchi Bravo
Encargado	Johana Carvajal Araya
Área temática	Estudio
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Coquimbo
Recursos asignados	\$ 3.000.000

#### 5.3.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obtención de la información y recopilación de antecedentes de las causas de consumo</li><li>• Análisis de la información y elaboración del informe</li><li>• Difusión de los resultados del análisis.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se realizó Informe con análisis de los datos de los años 2007 -2008 de los Juzgados de Policía Local de La Serena y Coquimbo (97 causas 1er JPL de Coquimbo; 15 causas 2do JPL de Coquimbo; 80 causas 2do JPL de La Serena)</li><li>• Registro fotográfico presentación del estudio</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

#### 5.3.4 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.000.000	No Aplica	\$ 2.546.244	\$ 2.546.244	\$ 453.756
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró parcialmente monto y apeló a diferencia; se encuentra en evaluación.		

## 5.4 Proyecto N° 13

### 5.4.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Seguridad e inocuidad de lápices labiales y lentes de sol
Asociación	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile – ODECU
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Encargado	Lorena Zapata Contreras
Área temática	Testeos
Línea del concurso	Específica
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 8.010.000

### 5.4.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Que las consumidoras y los consumidores estén al tanto de los peligros del plomo en los lápices labiales y de las características de los lentes de sol que realmente protegen de los rayos UV.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se realizaron estudios comparativos de lentes de sol y lápices labiales encargados al IDIEM Universidad de Chile, los que se anexan.</li><li>• Se realiza versión periodística de informes de laboratorio, comunicado de prensa, conferencia de prensa y folleto de difusión.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.4.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 8.010.000	No Aplica	\$ 8.010.000	\$ 8.010.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones.		

## 5.5 Proyecto N° 14

### 5.5.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Calidad de productos de alimentación: yogurt, aceite comestible y refresco en polvo
Asociación	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Encargado	Lorena Zapata Contreras
Área temática	Testeos
Línea del concurso	Específico
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 7.265.000

### 5.5.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Las consumidoras y los consumidores están al tanto de las características nutricionales de yogures, aceites comestibles y de aceites en polvo. Del mismo modo, conocen los cuidados que hay que tener al elegir estos productos.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se realizó estudio de aceites vegetales comestibles, del cual se anexó informe técnico</li><li>Se realizó estudio de yogurt, análisis de muestras efectuadas por el INTA, se anexa estudio.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Estudio de Refrescos en Polvo, por resultar demasiado oneroso, se reemplaza por un análisis de rotulación de dichos productos y aporte nutricional.</li></ul>

### 5.5.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 7.265.000	No Aplica	\$ 7.265.000	\$ 7.265.000	\$0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.6 Proyecto N° 20

### 5.6.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Educando y promoviendo la Ley del Consumidor en organizaciones sociales de Pedro Aguirre Cerda
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Población La Victoria y San Joaquín Poniente – ACUJOVIC
Representante legal	Luz Castillo Rivera
Encargado	Margarita Celis
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional – local
Recursos asignados	\$ 3.693.000

### 5.6.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover el conocimiento de la ley del consumidor en una institución religiosa, 2 clubes de mujeres y 1 club de adultos mayores, de la comuna de Pedro Aguirre Cerda.</li> <li>Reconstruir la experiencia del proyecto, mediante un proceso de sistematización.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se capacita a 71 personas en 4 talleres en las organizaciones: MUDECHI (15 personas); Junta Vecinal Estrella Blanca (19 personas); Junta Vecinal La Coruña (17 personas) e Iglesia evangélica (20 personas)</li> <li>Se anexa documento “Educando y promoviendo la Ley del Consumidor en organizaciones sociales de la Comuna Pedro Aguirre Cerda”.</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.6.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.693.000	No Aplica	\$ 3.693.000	\$ 3.693.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones.	

## 5.7 Proyecto N° 21

### 5.7.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Guía del consumidor inmobiliario
Asociación	Asociación de Consumidores Inmobiliarios- ACOIN
Representante legal	Marta Ramos Zamora
Encargado	Giovanna Sánchez Mijares
Área temática	Difusión
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 5.000.000

### 5.7.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La defensa de los derechos del consumidor inmobiliario, mediante la difusión de una Guía informativa.</li><li>• Informar mediante la entrega de una cartilla informativa a 5.000 personas, potenciales consumidores inmobiliarios en 6 comunas de la Región Metropolitana</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se elaboró e imprimió la Guía informativa comprometida (5.000 ejemplares). Se anexaron ejemplares de muestra.</li><li>• Se efectuó proceso de distribución de 3.000 guías a consumidores y 2.000 guías a Asociaciones de Consumidores</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.7.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.000.000	No Aplica	\$ 4.907.127	\$ 4.907.127	\$ 92.873
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en plazo establecido.		

## 5.8 Proyecto N° 22

### 5.8.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Estudio sobre la reforma a la Ley N° 19.496
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Manuel Emilio Carabantes
Área temática	Estudio
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 3.150.351

### 5.8.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar en forma consensuada las bases de un Proyecto de Reforma a la Ley del Consumidor 19.496, el cual será dado a conocer a las autoridades y asociaciones de consumidores.</li><li>• Documento base consensuado, como resultado del Seminario, sobre un proyecto de Reforma a la Ley del Consumidor.</li><li>• Difundir los resultados del Seminario, con una propuesta completa de Reforma a la Ley del Consumidor a Autoridades, Parlamentarios, Municipalidades, Asociaciones de Consumidores y abogados relacionados.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• CONADECUS realizó el Seminario y publicación de estudio sobre la reforma.</li><li>• Se cuenta con información de participantes y listado de asistentes al seminario.</li><li>• Se realizó la distribución de 3.000 ejemplares del estudio sobre la reforma de la ley del consumidor. Se informa listado de instituciones a las cuales se envió el documento.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones.

### 5.8.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.150.351	No Aplica	\$ 3.150.351	\$ 3.150.351	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones.		

## 5.9 Proyecto N° 23

### 5.9.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Análisis químico de las aguas minerales v/s aguas purificadas de mayor consumo en Chile
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Horacio Soler Rioseco
Área temática	Testeos
Línea del concurso	Específica
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 6.834.414

### 5.9.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Informe Técnico completo de los análisis, con un estudio interpretativo de los resultados.</li><li>Efectuar una conferencia de prensa dando a conocer los resultados.</li><li>Producir un documento de 3.000 ejemplares, que describe la investigación, sus resultados, un análisis de ellos y recomendaciones para consumidores y autoridades, si fuera el caso.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se realizó un estudio en base a las 6 aguas minerales y 8 aguas envasadas más consumidas en el país.</li><li>Se confeccionó pauta para conferencia de prensa, anexada a informe final.</li><li>Estudio se encuentra en página de CONADECUS,</li><li>Se imprimió y distribuyó un boletín informativo y un documento resumen del estudio.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones

### 5.9.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 6.834.414	No Aplica	\$ 6.834.414	\$ 6.834.414	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin Observaciones		

## 5.10 Proyecto N° 25

### 5.10.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Producción y distribución de tres capítulos de dibujos animados sobre la ley del consumidor, para niños de 7 a 12 años
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Cintha Appelgren
Área temática	Difusión
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 3.016.666

### 5.10.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creación de tres cápsulas de 30 segundos cada una correspondiente cortos de dibujos animados sobre los derechos y deberes de los consumidores y problemáticas asociadas.</li><li>• Difusión de información sobre la Ley del consumidor por medio de la transmisión de los cortos en varios canales regionales y barriales.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se elaboraron 3 cápsulas animadas temáticas referentes a : 1) Consumismo; 2) Derecho a la información y 3) Derecho a garantía</li><li>• Se anexa listado de distribución a medios de comunicación regionales y comunales.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No se entrega información sobre fecha y horarios de difusión de los contenidos enviados a medios de comunicación.</li></ul>

### 5.10.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.016.666	No Aplica	\$ 3.016.666	\$ 3.016.666	\$ 0
<b>Comentarios</b>			Sin observaciones	

## 5.11 Proyecto N° 26

### 5.11.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Programa de televisión El observatorio del consumidor II (3 capítulos)
Asociación	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile – CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruiz
Encargado	Horacio Soler Rioseco
Área temática	Difusión
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 5.589.333

### 5.11.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>800 mil personas de 12 ciudades del país como mínimo, mejoren su información y conocimiento sobre 3 temas básico de consumo: a) La Fiscalía Nacional Económica, su rol y como la reforma a la Ley Orgánica mejora la posición de los Consumidores. b) La colusión de Farmacias, como se produjo y cómo puede actuar el consumidor para que esto no ocurra en otros sectores. c) La Tasa de Interés, cómo incide en el endeudamiento.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Producción de (3) capítulos del Observatorio del Consumidor. 1.- La Fiscalía Nacional Económica y su Rol; 2.- La colusión de las farmacias y 3.-El Estado y el Consumidor. Participan entre otros invitados: José Roa: Director del SERNAC Y Enrique Vergara: Fiscal Nacional</li><li>Se anexa carta de envío de material a canales regionales</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>No se informa metodología empleada para medir audiencia efectiva.</li></ul>

### 5.11.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 5.589.333	No Aplica	\$ 5.589.333	\$ 5.589.333	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.12 Proyecto N° 29

### 5.12.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Derecho a mis derechos: Yo también soy consumidor
Asociación	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social, Salud y Previsión – ANADEUS
Representante legal	Andrés Bustos González
Encargado	Daniela Vega Leal
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 4.165.000

### 5.12.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 430 niños y niñas que pertenecen a escuelas municipales de Pedro Aguirre Cerda, Quinta Normal y Santiago refuerzan contenidos de la ley 19.496, especialmente los deberes y derechos de los consumidores, a través de dinámicas emergidas desde la educación popular.</li> <li>• Difusión de 500 agendas “Derecho a mis Derechos”, entregadas a 430 alumnos pertenecientes a las escuelas de las comunas de Quinta Normal, Pedro Aguirre Cerda y Santiago</li> <li>• Difusión de 500 reglas y lápices, con slogan de la campaña de reforzamiento.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 364 niños participaron en actividades de capacitación sobre la ley del consumidor. Se anexa lista de establecimientos y estudiantes que participan de la actividad.</li> <li>• 354 agendas entregadas a niños y niñas, y 136 Agendas entregadas a directores, profesores, inspectores y facilitadores del proceso</li> <li>• Distribución de 500 lápices</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones

### 5.12.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.165.000	No Aplica	\$ 4.165.000	\$ 4.165.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

### 5.13 Proyecto N° 30

#### 5.13.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Encuentro de Asociaciones de Consumidores
Asociación	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS
Representante legal	Andrés Bustos González
Encargado	Jorge Abarca Castelli
Área temática	Encuentro
Línea del concurso	Específica
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 13.200.000

#### 5.13.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de 3 encuentros zonales: Norte, Centro y Sur</li> <li>Realización Encuentro Nacional de Asociaciones de Consumidores</li> <li>A lo menos 15 Asociaciones intercambiando experiencias, de las cuáles, un mínimo de 8 pertenecientes a regiones</li> <li>Documento con el registro de las principales dificultades que presentan las Asociaciones de Consumidores para su desarrollo</li> <li>Registro con los datos de aproximadamente 50 Asociaciones de consumidores.</li> <li>Informe Final Encuentro Nacional</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se remitieron informes finales de encuentros zonales realizados en el norte, centro y sur del país.</li> <li>Se anexó informe final del Primer Encuentro Nacional de Asociaciones de Consumidores, realizado en Santiago</li> <li>16 asociaciones participaron en los encuentros de 9 regiones del país</li> <li>Declaración pública de la coordinación de asociaciones de consumidores</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones

#### 5.13.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 13.200.000	No Aplica	\$ 13.200.000	\$ 13.200.000	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.14 Proyecto N° 33

### 5.14.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Teleradio del Consumidor
Asociación	Asociación de Consumidores de Santiago - ACOSAN
Representante legal	Juan Antonio Espina
Encargado	Cristian Lagos Fernández
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región Metropolitana
Recursos asignados	\$ 6.322.500

### 5.14.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Campaña de 30 días a través de radiodifusoras sobre derecho a la garantía legal de los productos y servicios.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sin información a la fecha de esta Memoria.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se encuentra pendiente el Informe Final de ejecución a la fecha de realización de esta Memoria Anual, lo que fue comunicado a la Asociación mediante Oficio N° 1272 de 19 de enero de 2010.</li></ul>

### 5.14.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 6.322.500	No Aplica	\$ 6.322.500	\$ 6.322.500	\$ 0
<b>Comentarios</b>		Sin observaciones		

## 5.15 Proyecto N° 36

### 5.15.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Módulos de clases: Consumo y ciudadanía
Asociación	Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras – FOJUCC
Representante legal	Pablo Rodríguez Arias
Encargado	Pablo Rodríguez Arias
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 4.271.624

### 5.15.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confeccionar e imprimir, en total, 1.200 ejemplares de los diversos manuales, cuadernos de trabajo, guías y material de apoyo que FOJUCC ha diseñado en sus años de trabajo, además de encargar a un Servicio gráfico la confección y hacer operativa una página Web que ayude a la comprensión del material confeccionado.</li> <li>• Que 300 estudiantes de la intercomuna de Concepción (entre primero básico a cuarto medio) reciban el material didáctico o lo desarrollen dentro de los respectivos módulos de clases.</li> <li>• Completar 300 encuestas de satisfacción a los receptores del material para medir el impacto de nuestro material elaborado.</li> </ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página Web <a href="http://www.fojucc.cl/">http://www.fojucc.cl/</a> en funcionamiento</li> <li>• Actividad de impresión pendiente</li> <li>• Se menciona actividades de capacitación en diversos establecimientos educacionales y realizados (8) cursos de capacitación, no se anexa mayor información</li> <li>• Se anexa encuesta</li> </ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones

### 5.15.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.271.624	No Aplica	\$ 4.261.623	\$ 4.261.623	\$ 10.001
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en el plazo estipulado.		

## 5.16 Proyecto N° 38

### 5.16.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Sensibilización sobre el consumo de leña de calidad en la ciudad de Villarrica
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur – CDS
Representante legal	Richard Eduardo Caamaño Oyarzún
Encargado	Richard Eduardo Caamaño Oyarzún
Área temática	Estudio
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 3.000.000

### 5.16.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sensibilizar a los consumidores de la ciudad de Villarrica en las implicancias en el uso de leña seca.</li><li>• Realizar estudio y distribuir 2000 volantes de orientación e información sobre los deberes y derechos de los consumidores de leña de Villarrica.</li><li>• Una jornada de trabajo con autoridades locales para abordar el tema de la calidad de la leña.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se anexa Informe de Testeo de Humedad de Leña según Nch 176/1 Of 84, mediante el método de Xilohigrómetro.</li><li>• Se imprimieron 5.000 volantes informativos, distribuidos en las ciudades de Pucón y Villarrica.</li><li>• Se realizaron dos jornadas de trabajo con autoridades locales para abordar el tema de la calidad de la leña.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin Observaciones

### 5.16.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 3.000.000	No Aplica	\$ 2.988.366	\$ 2.988.366	\$ 11.634
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en el plazo estipulado.		

## 5.17 Proyecto N° 41

### 5.17.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Capacitación y participación ciudadana en la red de protección al consumidor en las comunas de Corral, Los Lagos y Futrono en la Región de los Ríos
Asociación	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valdivia – ACOVAL
Representante legal	Rubén Parada Pérez
Encargado	Rubén Parada Pérez
Área temática	Capacitación
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Regional
Recursos asignados	\$ 4.014.464

### 5.17.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacitar a 45 dirigentes en las comunas de Corral, Los Lagos y Futrono y lograr establecer una mejor comprensión entre los usuarios de los servicios básicos (luz y agua) respecto a los servicios de las empresas proveedoras.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se informa de las actividades realizadas para la ejecución de los talleres, fortalezas y debilidades del proyecto.</li><li>• Se anexa carta compromiso de Uniones Comunales dispuestas a trabajar con la Asociación.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta información sobre las organizaciones sociales y participantes de la actividad.</li><li>• Asociación reportó no haber logrado participación de Superintendencias.</li></ul>

### 5.17.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.014.464	No Aplica	\$ 4.013.440	\$ 4.013.440	\$ 1.024
<b>Comentarios</b>		Asociación reintegró monto en el plazo estipulado.		

## 5.18 Proyecto N° 46

### 5.18.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Aguas Turbias...
Asociación	CHILOEACTIVO
Representante legal	Diela Alarcón
Encargado	Diela Alarcón
Área temática	Difusión
Línea del concurso	Regional
Cobertura territorial	Región de Los Lagos
Recursos asignados	\$ 6.794.448

### 5.18.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Realización de un documental sobre la situación de los usuarios del agua potable. "Aguas turbias"</li><li>• Elaboración de diez programas de radio sobre principales contenidos de la investigación en Radio estrella del Mar.</li><li>• Elaboración de 500 boletines de difusión sobre principales contenidos de la investigación, que serán entregados a Municipalidades, colegios, organizaciones sociales, juntas de vecinos.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Documental sobre la situación de los usuarios del agua potable. "Aguas turbias", 50 minutos, realizado.</li><li>• 500 boletines de difusión sobre principales contenidos de la investigación, entregados en Municipalidades, colegios, organizaciones sociales, juntas de vecinos.</li><li>• 100 afiches de difusión del proyecto en punto claves de la Isla.</li></ul>
<b>Observaciones</b>	Sin observaciones

### 5.18.4 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 6.794.448	No Aplica	\$ 6.765.627	\$ 6.765.627	\$ 28.821
<b>Comentarios</b>		Asociación restituyó monto en plazo establecido.		

## 5.19 Proyecto N° 48

### 5.19.1 Identificación del proyecto:

Proyecto	Estudio de servicios funerarios de INP y AFP
Asociación	Asociación de Consumidores de Asistencia Mortuoria – ACAM
Representante legal	Gladis Santolaria López
Encargado	Francisco Vergara Ibinarriaga
Área temática	Estudio
Línea del concurso	General
Cobertura territorial	Nacional
Recursos asignados	\$ 4.000.000

### 5.19.2 Información del proceso de ejecución:

<b>Resultados Esperados</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar en qué consiste un servicio funerario contratado mediante el endoso de una cuota mortuoria de INP o AFP</li><li>• Conseguir estandarizar los servicios contratados mediante asignaciones por muerte de manera que los consumidores puedan exigir determinados elementos o calidades por el mismo precio.</li></ul>
<b>Resultados Obtenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se anexa documento con resultados de la investigación realizada</li></ul>
<b>Observaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informe de ejecución rechazado por considerarse insuficiente, notificado a la Asociación a través de Oficio N° 1437 de 22 de enero de 2010.</li></ul>

### 5.19.3 Información financiera del proyecto:

Recursos Asignados	Recursos Rendidos (1°)	Recursos Rendidos (2°)	Total Aceptado	Monto a reintegrar
\$ 4.000.000	No Aplica	\$ 3.673.000	\$ 3.673.000	\$ 327.000
<b>Comentarios</b>			-	

## Capítulo VI

### EVALUACIÓN PROCESO FONDO CONCURSABLE 2009

#### 1. Resultados generales de la asignación de recursos 2009.

Durante el ejercicio 2009 del proceso del Fondo Concursable el Consejo de Administración convocó a dos concursos públicos que entregaron un total de \$203.008.000.- (Doscientos tres millones ocho mil pesos) a 21 Asociaciones de Consumidores de 12 regiones del país.

Las principales actividades financiadas correspondieron a difusión de las disposiciones de la Ley N° 19.496, sus modificaciones y regulaciones complementarias; a información, orientación y educación a los consumidores/as y a estudios o testeo de productos de alto consumo en la población.

Estos proyectos se ejecutaron en tres niveles territoriales: nacional, regional o local y proyectos y también en líneas temáticas específicas. Resulta de interés destacar la realización, durante el ejercicio que se informa en la presente Memoria, del Primer Encuentro Nacional de Asociaciones de Consumidores.

#### 2. Revisión de resultados generales Fondo Concursable 2005 – 2009.

Una revisión de la evolución que han observado los recursos públicos invertidos en el financiamiento de acciones de la sociedad civil (a través de las Asociaciones de Consumidores) en labores de protección, educación e información, permite observar junto a un incremento constante de sus montos, la consecuente complejización de su proceso de administración y control. Estas tareas han determinado que desde el propio Consejo, en coordinación con SERNAC, se haya incorporado todo el proceso al Sistema de Gestión de Calidad institucional, con el objetivo de garantizar altos estándares de gestión, control y provisión de productos a la ciudadanía, con clara orientación a la mejora continua.

Adicionalmente, la existencia de esta fuente de financiamiento ha estimulado la integración de nuevas Asociaciones a lo largo del país; nuevos territorios y temáticas se han incorporado a la agenda de las Asociaciones; así como diversos actores sociales han resultado beneficiarios de las actividades, productos y prestaciones que estas organizaciones entregan con financiamiento público.

En la Tabla 1, puede observarse en cifras parte de este proceso, destacando:

- Incremento sostenido de los recursos.
- Ampliación de la red de organizaciones en el país.
- Alto porcentaje de ejecución efectiva del Fondo, con niveles de control interno y externo adecuados.
- Creciente demanda de recursos públicos para la ejecución de iniciativas a nivel del territorio.

**Tabla 1.**  
**Fondo Concursable. Distribución anual de recursos y proceso de ejecución.**

	<b>1er.</b> Concurso 2005	<b>2do.</b> Concurso 2006	<b>3er. – 4to.</b> Concurso 2007	<b>5to.</b> Concurso 2008	<b>6to - 7mo.</b> Concurso 2009
Proyectos postulados	14	45	82	46	<b>104</b>
Proyectos financiados	14	25	36	36	<b>42</b>
Asociaciones constituidas legalmente	14	26	35	45	<b>65</b>
Asociaciones beneficiarias de proyectos (ejecutoras)	8	11	12	15	<b>21</b>
Presupuesto total del Fondo	50.000.000	100.000.000	155.000.000	160.000.00	<b>203.008.000</b>
Otorgados por el Fondo (\$).	50.000.000	100.000.000	153.620.435	159.899.930	<b>203.008.000</b>
Porcentaje de ejecución del Fondo.	100	100	99,1	99,9	<b>100</b>
Solicitado por AdC (\$)	81.867.195	247.543.250	417.235.619	278.426.627	<b>666.035.316</b>
Porcentaje otorgado por Fondo, respecto de lo solicitado por las Asociaciones:	61%	38%	38%	57%	<b>30%</b>

Por otra parte, las actividades desarrolladas por las Asociaciones, presentan la distribución temática indicada en la Tabla 2. En el marco de aquellas actividades que de acuerdo a la Ley y el Reglamento del Fondo pueden ser objeto de financiamiento público destacan las de información y difusión de los contenidos de la propia Ley (y normas complementarias); acciones de protección a través de la asesoría temprana (orientación y atención de consultas); iniciativas de educación no formal y capacitación a diversos actores sociales y a grupos específicos de población (especialmente escolar y dirigentes sociales); desarrollo de estudios en mercados de alto consumo; creación de medios de comunicación de las Asociaciones y promoción del derecho de consumidores y consumidoras a organizarse y constituir redes que fortalezcan el rol de la sociedad civil en el Sistema de Protección del Consumidor.

**Tabla 2.**  
**Fondo Concursable. Distribución de recursos por área temática, 2005 – 2009.**

Áreas temáticas de los proyectos	2005		2006		2007		2008		2009	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Información y difusión	8.764.890	17,5	19.500.000	19,5	44.500.000	12,7	38.759.400	24,2	76.092.147	37,5
Protección	1.075.000	2,2	15.900.000	15,9	32.000.000	10,0	12.900.000	8,1	5.300.000	2,6
Educación - Capacitación	24.149.210	48,3	32.122.020	32,1	35.700.435	13,8	30.107.880	18,8	53.056.088	26,1
Estudios	11.554.000	23,1	18.060.000	18,1	13.500.000	9,0	7.779.000	4,9	45.359.765	22,3
Promoción de Asociatividad	1.894.900	3,8	3.000.000	3,0	0	0,0	38.608.400	24,1	13.200.000	6,5
Desarrollo de medios de las Asociaciones	2.562.000	5,1	11.417.980	11,4	27.920.000	18,6	31.745.250	19,9	10.000.000	4,9
<b>Totales</b>	<b>50.000.000</b>	<b>100</b>	<b>100.000.000</b>	<b>100</b>	<b>153.620.435</b>	<b>100</b>	<b>159.899.930</b>	<b>100</b>	<b>203.008.000</b>	<b>100</b>

Como se adelantó, uno de los aspectos más destacados de la evolución del proceso de financiamiento a las Asociaciones ha sido que este Fondo representa un incentivo correcto para la promoción de la asociatividad en consumo, en los distintos territorios. En la Tabla 3, puede compararse el incremento del financiamiento a iniciativas considerando su distribución territorial. Si bien en los primeros años, el financiamiento se concentra en la Región Metropolitana, a partir de 2008 resulta evidente el surgimiento de instancias regionales capaces de elaborar propuesta y desarrollarlas en estándares adecuados, aportando diversidad a la oferta del conjunto de las Asociaciones en el país.

**Tabla 3.**  
**Fondo Concursable. Distribución anual de recursos por región, 2008 - 2009.**

Región	2008			2009		
	Proyectos	Montos	% Total	Proyectos	Montos	% Total
De Tarapacá	-	-	-	1	5.300.000	2,6
De Antofagasta	-	-	-	1	3.000.000	1,5
De Atacama	-	-	-	2	9.150.000	4,5
De Coquimbo	-	-	-	2	7.100.000	3,5
De Valparaíso	1	3.500.000	2,2	1	4.200.000	2,1
Del Libertador	-	-	-	1	3.000.000	1,5
Del Maule	-	-	-	1	3.000.000	1,5
Del Bío Bío	1	3.300.000	2,1	1	4.271.624	2,1
De La Araucanía	4	17.161.000	10,7	3	12.000.000	5,9
De Los Ríos	1	3.400.000	2,1	2	7.914.464	3,8
De Los Lagos	4	18.637.130	11,7	3	15.593.648	7,7
Metropolitana	25	113.901.800	71,2	24	128.478.264	63,3
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>159.899.930</b>	<b>100</b>	<b>42</b>	<b>203.008.000</b>	<b>100</b>

### 3. Mejoras al proceso Fondo Concursable.

Finalmente, con el objeto de informar sobre los elementos que el Consejo de Administración ha evaluado en el contexto de la maduración del Fondo y el proceso anual de asignación de recursos y control de ejecución de los proyectos, se indica los principales ámbitos de atención e intervención, con el propósito de mejorar el desempeño de esta función.

Los principales ámbitos o áreas de actuación del Fondo, que se informan son:

#### 1. Administrativas del Fondo.

Referidas, entre otras, a los contenidos de las Bases de los concursos públicos de proyectos; a sus estrategias de difusión; al análisis de las herramientas de postulación; los mecanismos de consulta; y la ejecución presupuestaria del Fondo.

a. Gestión del Fondo Concursable.

En el área de la gestión es posible observar debilidades que afectan o pueden afectar la eficiencia y la eficacia del Fondo, incluyendo no solo el gasto presupuestario sino la rentabilidad social.

En este ámbito resultaría de interés, entre otras iniciativas:

- Realizar planificación estratégica del Fondo, en la que se sistematice las intenciones declaradas en la Ley y el Reglamento del Consejo y en el Sistema de Gestión de Calidad del SERNAC. De esa forma se asegurarán verificadores de satisfacción, acordes a lo realmente realizado. También se facilitará el establecimiento formal de una línea base que permita comparar los mismos indicadores a través del tiempo, de forma continua.
- Revisar la distribución presupuestaria del Fondo, de manera que se incluya en el ítem de gasto fijo las mejoras de ejecución que faciliten y aseguren su acompañamiento continuo y adecuado control.
- Realizar planificación de comunicación estratégica, de manera que permita revisar y tomar mejores opciones tanto en el proceso de difusión de cada Llamado a Concurso; como la información y promoción continua del Fondo y sus resultados, entre otros elementos. De esa forma también se contribuirá a reducir las inequidades y brechas detectadas en materia de acceso a la información en esta materia, así como focalizar ciertas acciones a grupos objetivos de promoción del Fondo, por ejemplo mujeres.
- Evaluar la integración al mapa del proceso del Fondo (SGC), de un ítem de evaluación, de forma de asegurar la evaluación de resultados anual y monitoreo constante.

b. Instrumentos de apoyo para Asociaciones postulantes y/o ejecutoras

Los principales instrumentos de apoyo son básicamente las Bases de los Concursos, el Formulario de postulación, los formatos de informes de avance y final (ejecución). Una evaluación crítica de sus contenidos permite indicar que es posible mejorar en claridad en algunos ítems; la incorporación de variables de evaluación ex dure y ex post o de resultados.

Si bien durante 2009 se avanzó en la modificación de varios de estos aspectos de los instrumentos, sin duda quedan pendientes otras mejoras.

**2. Entidades ejecutoras del Fondo.**

Integrando en la revisión los contenidos de las acciones y de la ejecución presupuestaria.

a. Gestión:

En este ámbito es necesario:

- Revisar y evaluar los “Criterios de evaluación de los proyectos” de tal forma que facilite y evite sesgos centralistas, contribuya a una mejor distribución de recursos a nivel territorial, fomentando las áreas menos desarrolladas. De este modo se promoverá nuevos desarrollos y desafíos de las Asociaciones de Consumidores, por ejemplo, privilegiar proyectos en área de investigación, asociatividad (conformación, consolidación de redes), proyectos a grupos vulnerables específicos, orientados a mujeres, adultos mayores o niños, etc.

- Se debe apoyar antes de los procesos de Llamados a Concurso a las Asociaciones de Consumidores, a través de charlas, talleres u otras instancias que refuercen su capacidad de formulación de proyectos.

- Tras la adjudicación de recursos, se recomienda orientar de manera presencial a los ejecutores, en materia tales como mejorar y asegurar una correcta gestión de los recursos.

b. Grados y/o niveles de participación de consumidores/as en general:

Uno déficit observado en el proceso está en este ámbito. Resulta aconsejable fomentar que las entidades ejecutoras apliquen, tanto en la fase de elaboración de proyectos, como en la ejecución actividades, metodologías y técnicas participativas, de esa forma aumentarán el impacto en la población afectada y beneficiaria de sus proyectos.

3. Grados de impacto de las acciones financiadas

Medidos según indicadores de evaluación (entorno social, organizacional, factibilidad potencial Asociación de Consumidores, grados de cambio de acuerdo a las “variables” de cada proyecto, tomadas del diagnóstico presentado o descrito en cada una de las iniciativas postuladas, aporte efectivo de la ejecución al desarrollo de un movimiento de consumidores).

a. Sustentabilidad y sostenibilidad:

A partir de la incorporación de herramientas como la Planificación Estratégica al proceso Fondo, se podrá dar cuenta con mayor precisión, de si las iniciativas financiadas no sólo son sustentables socialmente, sino que, además, poseen el valor agregado de generar o impulsar procesos que permiten la sostenibilidad o continuidad en el tiempo, dado los cambios positivos que las iniciativas financiadas producen en el entorno y en su propia organización.

Por ello resulta recomendable incorporar y fortalecer a través de iniciativas complementarias (talleres, boletines informativos, etc.) la importancia de que las iniciativas se orienten a contribuir de manera continua y sustentable al movimiento de consumidores. Durante 2009, se incluyó entre los criterios de evaluación de los proyectos, las dimensiones señaladas, como una forma de reducir las probabilidades de que una iniciativa no sea sustentable ni sostenible.

b. Grados y/o niveles de participación de consumidores/as en general:

Asimismo durante el ejercicio 2009, el Consejo definió la pertinencia de establecer metas u objetivos de fomento de la participación ciudadana en consumo, a través de las iniciativas que financia el Fondo.

Queda pendiente el establecimiento y oferta desde el Consejo (con apoyo de la Secretaría) de una batería de herramientas y/o posibilidades de acompañamiento a las Asociaciones para que puedan efectivamente realizar ejercicios que promuevan la participación ciudadana. Por ejemplo, exigir realizar diagnóstico participativo para presentar las iniciativas, o, analizar estrategias explícitas que presenten para incluir en distintas etapas de ejecución a la comunidad privilegiando y facilitando el acceso a las actividades que el proyecto propone.



En el contexto de los desafíos indicados, este Consejo estima destacable el alcance que ha tenido el Fondo, particularmente en el impacto que ha permitido promover sobre todo los derechos de los consumidores, a través de diferentes estrategias y a públicos heterogéneos.

Sin duda que las exigencias de una eficiente y eficaz administración de este Fondo en los próximos períodos son mayores, pero de acuerdo a los resultados de la evaluación interna éstos han sido adecuados, sobre todo si se contextualiza este proceso en el ciclo de maduración que en relación a la asociatividad tiene nuestro Sistema Nacional de Protección del Consumidor y la opción del financiamiento público para las Asociaciones de Consumidores.