



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Memoria Anual 2020

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
FONDO CONCURSABLE PARA ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
(ARTÍCULO 11 BIS LEY Nº 19.496)

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Contenido

CAPÍTULO I	3
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL FONDO CONCURSABLE.	4
CAPÍTULO III	7
FONDO CONCURSABLE	7
CAPÍTULO IV	9
LLAMADO A CONCURSO PÚBLICO DE PROYECTOS 2020	9
EVALUACIÓN GENERAL DEL PROCESO FONDO CONCURSABLE 2020	49

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 N° 19.496 (Ley de Protección al Consumidor), a través de la presente Memoria Anual informa sobre el trabajo realizado en el período 2020 y especialmente, sobre la convocatoria a concurso público de proyectos desarrollada durante el año.

El artículo 11 bis de la Ley N° 19.496, creó un Fondo Concursable destinado exclusivamente al financiamiento de aquellas iniciativas que las Asociaciones de Consumidores realicen en el cumplimiento de sus objetivos. El Fondo Concursable está compuesto por los aportes que cada año se contemplen en el presupuesto del Servicio Nacional del Consumidor, por las donaciones que realicen para dicho efecto organizaciones sin fines de lucro nacionales o internacionales y por los remanentes no transferidos ni reclamados provenientes de soluciones alcanzadas a través de mediaciones o en el contexto de juicios colectivos, de conformidad a lo establecido en los artículos 53 B, 53 C y 54 P. 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 N°19.496 y sus modificaciones, por el Reglamento del Fondo Concursable para el financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores, contenido en el Decreto N° 98/2019, del hoy llamado Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Al informar, mediante la presente Memoria Anual, sobre el conjunto de actividades realizadas por el Consejo de Administración entre el 1 de enero de 2020 y el 30 de diciembre de 2020, 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.

Santiago, agosto 2021

**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 Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los Consumidores, establece la existencia de un Consejo que está a cargo de la administración del Fondo Concursable. Este Consejo, según el reglamento vigente para el período 2020, estaba compuesto por las siguientes personas:

- Un representante del Servicio Nacional del Consumidor designado por su Director Nacional, quien presidirá el Consejo;
- Un representante del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, designado por su Ministro;
- Un representante del Director de la División de Organizaciones Sociales del Ministerio Secretaría General de Gobierno, designado por su Ministro;
- Un académico universitario experto en Derecho del Consumo, con experiencia acreditada mínima de dos años en actividades de docencia o investigación en el área en universidades chilenas, designado por el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor;
- Un académico universitario experto en evaluación de proyectos, con experiencia acreditada mínima de dos años en actividades de docencia o investigación en el área en universidades chilenas, designado por el Ministro de Economía, Fomento y Turismo;
- Un representante designado por la mayoría simple de las asociaciones de consumidores legalmente constituidas; y,
- Un representante designado por la mayoría simple de las asociaciones de consumidores legalmente constituidas cuyo asiento principal se encuentre en regiones de Chile distintas de la Metropolitana de Santiago.
- Formará parte de las deliberaciones del Consejo, solo con derecho a voz, un Coordinador General, funcionario del Servicio Nacional del Consumidor designado por su Director Nacional.

2. Integrantes del Consejo de Administración

Durante el período 2020, el Consejo de Administración estuvo conformado por las personas que a continuación se indican:

- **Felipe Velásquez Solís** – Consejero representante del Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.
- **Felipe Vial Tagle** – Consejero representante del Ministro de Economía, Fomento y Turismo.
- **Alex Romero Alarcón** – Consejero representante del Director de la División de Organizaciones Sociales, del Ministerio Secretaría General de Gobierno, quién posteriormente fue reemplazado por Jorge Lama Navarro
- **Francisco Agüero Vargas** – Consejero académico experto en derecho en consumo.
- **Felipe Berger Ovalle**– Consejero académico experto en evaluación de proyectos.
- **Maryory Paredes Dinamarca** – Consejera representante de las Asociaciones de Consumidores de Regiones distintas a la Región Metropolitana.
- **Paulina Espinoza Serra** – Coordinadora General y funcionaria del Servicio Nacional del Consumidor.

El cupo para el/la representante de las asociaciones de consumidores legalmente constituídas se encuentran vacantes por no haber sido designado en el período.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

3. Funcionamiento del Consejo

- El Consejo funciona en dependencias del Servicio Nacional del Consumidor, en la ciudad de Santiago, Región Metropolitana.

4. Funciones del Consejo de Administración

Las funciones del Consejo, definidas en el Reglamento son:

- Convocar a las asociaciones de consumidores legalmente constituidas a concurso público para la asignación de los recursos del Fondo, conforme al artículo 22 del presente reglamento.
- Aprobar las bases concursales para la adjudicación de proyectos del Fondo, las cuales deberán incluir los criterios objetivos, requisitos generales, formas y procedimientos a que deberán ajustarse los concursos públicos que sean convocados y los proyectos que postulen.
- Aprobar las líneas de financiamiento especiales del Fondo.
- Evaluar y seleccionar los proyectos que postulen las asociaciones de consumidores, de conformidad con las bases del concurso, incluyendo su monto de financiamiento. En el desempeño de esta función, el Consejo velará para que exista un adecuado equilibrio entre las regiones y entre las líneas especiales de financiamiento del Fondo, de acuerdo a lo que dispongan las bases del concurso.
- Declarar desierto todo o parte del concurso que hubiere convocado, por motivos fundados.
- Aprobar o rechazar la memoria anual que contenga la referencia a los proyectos financiados y el efectivo cumplimiento de los objetivos del Fondo.
- Resolver las cuestiones que se susciten en el desarrollo de sus actividades.
- Dictar su propia normativa interna de funcionamiento.
- Decidir la asignación de recursos del Fondo Concursable, incluyendo los gastos de funcionamiento a los que alude el artículo 15 de este reglamento.
- Aprobar o rechazar los informes finales de evaluación de resultados de todos los proyectos financiados con el Fondo en base a la propuesta que realice el Coordinador General, así como los informes anuales de resultado de los proyectos de la línea de asociaciones nacionales de consumidores con el objeto de decidir la renovación anual de su financiamiento.
- Hacer una rendición pública de los gastos que demande el funcionamiento del Consejo de Administración del Fondo Concursable.
- Las demás que expresamente disponga el reglamento.

5. Secretario ejecutivo del Consejo.

La función de Secretario del Consejo es realizada por un funcionario designado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; actúa como ministro de fe de las sesiones y actos del Consejo, presta colaboración para que la designación de los miembros del Consejo se realice oportunamente y convoca a votación a todas las asociaciones de consumidores con personalidad jurídica vigente según corresponda, de conformidad a los casos de los numerales 6 y 7 del artículo 7 del reglamento.

6. Coordinador General.

La función del Coordinador General es realizada por un funcionario del Servicio Nacional del Consumidor. Sus funciones principales son:

- Encargado de velar por el adecuado funcionamiento del Fondo y la entrega de los recursos a los concursantes beneficiados,
- Efectuar las coordinaciones necesarias entre el Consejo, el Servicio Nacional del Consumidor, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y los demás involucrados en el desarrollo de las actividades del Consejo.
- Asistir al Secretario Ejecutivo en todas las acciones que demande el adecuado funcionamiento del Consejo y la entrega de los Fondos a los concursantes beneficiados.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Asistir operativamente al Consejo en cada una de sus sesiones.
- Proponer al Consejo las bases de los concursos, los informes finales de evaluación de resultados de todos los proyectos financiados con el Fondo, y velar por que el Servicio Nacional del Consumidor realice el seguimiento y control financiero y técnico de los proyectos adjudicados.

Capítulo III Fondo Concursable

La Ley Nº 19.496, establece la creación de un **Fondo Concursable** destinado al financiamiento de iniciativas que las Asociaciones de Consumidores, constituídas según lo dispuesto en dicho cuerpo legal, desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos.

1. Actividades que puede financiar el Fondo

Tal como se señaló previamente, 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 Nº 19.496, y sus modificaciones, sobre Protección de los Derechos de los Consumidor 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) Representar a sus miembros y ejercer las acciones a que se refiere esta ley en defensa de aquellos consumidores que le otorguen el respectivo mandato;
- e) Representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores ante las autoridades jurisdiccionales o administrativas, mediante el ejercicio de las acciones y recursos que procedan;
- f) Participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen;
- g) Ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos, y destinar los frutos de dichos actos y contratos al financiamiento de sus actividades propias, con las limitaciones señaladas en el artículo 9;
- h) Realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales;
- i) Efectuar, de conformidad a esta ley, cualquier otra actividad destinada a proteger, informar y educar a los consumidores.

2. Concursos públicos

La Ley 19.496 señala que la asignación de recursos a las Asociaciones de Consumidores debe realizarse mediante Concurso Público de proyectos (Artículo 11 bis). Cada una de las convocatorias se realiza conforme a Bases de Concurso Público que deben ser aprobadas por el Consejo de Administración, según lo contenido en su Reglamento. 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. En el caso particular del año 2020, se realizó una sola convocatoria.

3. Líneas de proyectos

Para el ejercicio 2020, el Consejo contempló en las Bases del llamado único a concurso dos líneas de postulación, una línea “General” y una línea “Especial de proyectos de representación”, todo lo anterior, de conformidad al nuevo reglamento que entró en vigencia. La línea especial dirigida a “AdC de carácter Nacional” no fue aperturada debido a que a la fecha del concurso no existían asociaciones que cumplieran con esta definición.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

4. 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 Nº 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, conforme con las normas generales sobre estas materias, a las de su Reglamento y a las disposiciones de la Ley del Consumidor.

5. 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 los 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.

6. Presupuesto del Fondo

Durante el período anual que se informa, el monto total inicialmente asignado por la Ley de Presupuesto al Servicio Nacional del Consumidor para el Fondo Concursable fue de **\$492.870.000.- (Cuatrocientos noventa y dos millones ochocientos setenta mil pesos)**. El monto destinado a la “Línea General” (proyectos individuales y cooperativos) fue de \$327.870.000.- (Trescientos veintisiete mil ochocientos setenta pesos); a su vez, el monto destinado a la “Línea Especial de Representación” (modalidad “Estudios PVC”, “Material Probatorio” y “Representación Individual”) fue de \$165.000.000 (Ciento sesenta y cinco millones de pesos).

El Fondo no recibió, para su ejercicio anual, ninguna donación de terceros, nacionales o internacionales. Del mismo modo, tampoco recibió remanentes no transferidos ni reclamados provenientes de soluciones alcanzadas a través de procedimientos voluntarios para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores o de sentencias judiciales, avenimientos, conciliaciones o transacciones en el contexto de juicios para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores, de conformidad a lo establecido en los artículos 53 B, 53 C y 54 P de la ley Nº 19.496.

Capítulo IV Llamado a Concurso Público de Proyectos 2020

1. Bases del Concurso y monto a entregar.

El texto de las Bases que reguló el llamado único a concurso del año 2020, fue aprobado por el Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, mediante Resolución Exenta N° 431, de 29 de mayo de 2020.

Tal como se señaló en el capítulo anterior, el llamado a concurso repartió **\$492.870.000.- (Cuatrocientos noventa y dos millones ochocientos setenta mil pesos)**. En esta ocasión se recibieron **78** proyectos y de este total **43 iniciativas** recibieron financiamiento, beneficiando de este modo a **15 asociaciones**.

2.- Límites de postulaciones y financiamiento.

El acuerdo N° 114, firmado por este consejo en mayo del año 2020, estableció límites en las postulaciones que cada asociación podía presentar, así como en los montos a recibir. En esa lógica se establecieron nuevas modalidades de postulación enmarcadas en la línea de Representación individual, de acuerdo a los criterios que a continuación se especifican:

- Línea General
 - Máximo de proyectos que una AdC podía postular: 7 proyectos.
 - Modalidad individual: 7 proyectos.
 - Modalidad cooperativo: 3 proyectos en calidad de titular.
- Línea de Representación Individual
 - Máximo de proyectos que una AdC podía postular: 7 proyectos.
 - Modalidad Estudios PVC: 3 proyectos.
 - Modalidad Material Probatorio: 3 proyectos.
 - Modalidad Representación Individual: 1 proyecto.
- Financiamiento máximo por asociación: 75 millones.

3.- Bonificaciones

Las Bases del llamado a concurso 2020, establecieron que recibirían 5 puntos de bonificación, aquellas asociaciones que a la fecha de postulación no hubiesen contado con proyectos financiados. Así mismo, aquellos proyectos orientados a la participación de Asociaciones de Consumidores en procesos de fijación tarifaria eléctrica, también estuvieron en condiciones de recibir la bonificación señalada.

4. Desarrollo del llamado a concurso

4.1 Proceso de postulación y evaluación.

De acuerdo a la convocatoria pública, la plataforma electrónica de postulación al Concurso se cerró el día 30 de junio de 2020, a las 23:59 horas y conforme a las bases, la documentación establecida como obligatoria se recibió de manera digital disponiendo para ello la casilla de correo electrónica de la Secretaría Ejecutiva del Fondo y una adicional.

Según consta en el Acta de Recepción de este Llamado, el Consejo recibió un total de 78 postulaciones, de Asociaciones ubicadas en las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, Del Maule, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Mediante el acuerdo N° 115 del Consejo de Administración del Fondo Concursable, estableció el financiamiento de 43 iniciativas presentadas por 15 Asociaciones de Consumidores.

3. Seguimiento y resumen de los proyectos

La identificación, los objetivos de cada proyecto y los recursos asignados se presentan, resumidamente, a continuación:

Nombre del Proyecto	Manual de Derechos del Consumidor y Consumo Responsable con perspectiva de género
Asociación Responsable	Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCION CONSUMIDORES
Representante legal	Nelson Rodrigo Pérez Aravena
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Informar y educar a través de la elaboración de un manual en formato digital y físico con contenidos informativos y educativos en relación a la protección del derecho de los consumidores y el consumo responsable, para mujeres jefas de hogar de la comuna del Bosque.
Recursos asignados	\$12.379.972
Reintegro efectuado por la AdC	\$668.022
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto era dar a conocer los derechos del consumidor, mediante la elaboración de un manual de consumo con enfoque de género y la realización de 2 talleres. Respecto del manual, éste quedó publicado en formato digital pudiendo descargarse desde el sitio web: https://mujeresyderechodelconsumidor.cl/ y también quedó con una versión impresa de 200 ejemplares.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Información y participación de los proyectos de Ley en materia de consumo en el marco de la pandemia COVID a los pescadores artesanales Del Maule
Asociación Responsable	Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCION CONSUMIDORES
Representante legal	Nelson Rodrigo Pérez Aravena
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Difundir entre los pescadores artesanales de la región del Maule, los derechos relativos a los deudores de bienes y servicios, de los distintos proyectos de ley que
Recursos asignados	\$ 8.995.185
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 324.823
Resultados obtenidos	<p>Este proyecto tenía como objetivo principal, dar a conocer a un grupo de pescadores de la Región del Maule, el estado de las distintas iniciativas legislativas que se estaban discutiendo en su oportunidad en el Congreso Nacional, relacionados todos con cautelar el derecho de los consumidores en este tiempo de Pandemia. Respecto de ello, la AdC generó 3 boletines informativos, 3 cápsulas educativas y un informe con el seguimiento legislativo de las distintas instancias. Todo el material fue distribuido y además quedó alojado en el sitio web https://proyectosleyconsumidores.cl/.</p> <p>Los resultados del proyecto más allá de lo comprometido, se presentan desde una perspectiva interesante, toda vez que plantea y lo más importante, enseña, que al conocer los distintos proyectos de ley y sus estados de tramitación, el/la ciudadano/a pueda hacerse parte de política pública a través del contacto que pueda hacer con los legisladores, pudiendo ser esto mediante solicitudes de audiencias, reuniones o viendo las discusiones que se llevan a cabo en las Cámaras o comisiones del Congreso y que son transmitidas a través de la tv.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Asesoría y difusión de los derechos del consumidor financiero en Valdivia
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
Representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Desarrollar una campaña con el fin de otorgar asesoría e informar a las y los consumidores de Valdivia sobre sus derechos como consumidor financiero y deudor.
Recursos asignados	\$ 13.141.750
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>Este proyecto tenía como objetivo principal realizar una campaña de difusión, con el objeto de informar a las y los consumidores de Valdivia sobre sus derechos como consumidor financiero y deudor. Para ello, la asociación llevó a cabo una serie de actividades que se mencionan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none">- Por un lado y dadas las restricciones sanitarias, habilitaron un formulario en el sitio web que permitía a los consumidores realizar consultas y obtener asesoría. Mediante esta vía 62 personas fueron atendidas.- Como segunda actividad, actualizaron la página web y generaron material relacionado con información a temas financieros. Esta información se alojó en la página web de la asociación y puede ser visualizada en los link: (https://www.acovaldelosrios.cl/derechos-de-los-consumidores-financieros/ - https://www.acovaldelosrios.cl/derechos-deudor-deudora/). <p>En lo que respecta a la página web y de acuerdo a datos de Google analytics, ésta tuvo 2.473 visitas únicas.</p> <ul style="list-style-type: none">- Se realizó el diseño e impresión de material informativo, (trípticos, dípticos) y se generó merchandising con información.- Se realizaron 13 notas de prensa, 3 entrevistas y 36 publicaciones en redes sociales, todas ellas dando a conocer el proyecto, sus objetivos y alcances.- Se llevaron a cabo 7 transmisiones en vivo, mediante la página de Facebook de la AdC. De acuerdo a lo informado por esta última, llegaron a 21.258 personas- Por último, se elaboró un video de casi 4 minutos de duración, que entrega información sobre los derechos que le asisten a los deudores. Este material se encuentra alojada en la página web de la AdC.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Webinar: Cómo hacer valer los derechos del consumidor de inmigrantes haitianos a través de OIRS y superintendencias de servicios
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
Representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión y educación a través de un seminario
Objetivos	Llevar a cabo un seminario en formato webinar, dirigido a los inmigrantes haitianos residentes de la Región de Los Ríos, en el que participen las OIRS y superintendencias de servicios para informar de las principales vulneraciones de derechos del consumidor que afectan a los migrantes y que éstos últimos puedan utilizar eficazmente los canales existentes para resolver quejas y reclamos por eventuales vulneraciones.
Recursos asignados	\$ 4.105.882
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 328.914
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto, era difundir los derechos del consumidor llevando a cabo un seminario en formato webinar, dirigido a los inmigrantes haitianos residentes de la Región de Los Ríos, en el que participasen representantes de las OIRS y Superintendencias de Servicios, a objeto de dar a conocer los canales más eficaces para resolver quejas y reclamos ante las vulneraciones de derechos.</p> <p>El webinar consistió básicamente en informar sobre los principales derechos del consumidor, se llevó a cabo el día 15 de diciembre y la exposición estuvo a cargo de la Directora Regional de Valdivia, siendo traducida de manera simultánea al creol. Esta actividad fue grabada y posteriormente fue subida a internet quedando alojada en el link de YouTube https://www.youtube.com/watch?v=4wOG3k2nbXE&feature=youtu.be y de manera adicional se produjo un video de aproximadamente 4 minutos, con información sobre los derechos básicos que contempla la ley del consumidor.</p> <p>Más allá de los resultados obtenidos, es importante el trabajo que viene realizando esta asociación con la población migrante, la que por su situación legal, idiomática y de desconocimiento del funcionamiento del aparato estatal, hace que se transforme en un grupo vulnerable. En ese sentido la AdC a través de algunos proyectos se hace parte de las políticas públicas y el trabajo que algunas organizaciones de la sociedad civil vienen realizando desde un tiempo a esta parte.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Cambios de Hábitos y comportamientos de los consumidores frente al evento covid-19. Desafíos presentes y futuros.
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
Representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Diagnosticar y evaluar el impacto en los consumidores frente a la actual Pandemia en las comunas de Valdivia y Máfíl, Región de los ríos y generar un diagnóstico de la situación ofreciendo un flujo continuo de informaciones con los sectores más críticos en estos momentos: las autoridades, los consumidores, los proveedores, los empleados.
Recursos asignados	\$ 9.500.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 400.398
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un estudio regional, que permitiese determinar el impacto que ha tenido la pandemia en los consumidores a objeto de entregar información a sectores críticos tales como autoridades, consumidores y proveedores. Para ello, la AdC dividió el proyecto en 3 etapas, consistiendo la primera de ellas en la elaboración de una encuesta de 15 preguntas que fue aplicada a 150 personas elegidas de manera aleatoria. La encuesta se llevó a cabo en la Región de Los Ríos y sobre la base de la información recopilada se obtuvieron diversos resultados, los que fueron difundidos en medios locales tanto de prensa, como de radio y televisión. Así mismo y tal como se comprometió en el proyecto fueron puestos en conocimiento de autoridades y comercio local, permitiendo con ello dar cuenta de las dificultades a las cuales se ven expuestos los consumidores al momento de querer acceder a la compra de bienes o servicios. Destaca que la organización, previo a poner en conocimiento de los resultados del estudio a autoridades y miembros de la cámara de comercio de la Región, sostuvo una serie de entrevistas con los propios interesados, logrando con ello entregar contexto del documento que iban a recibir, sus implicancias y como abordarlo de acuerdo a los intereses de cada sector. Así mismo, es interesante que la encuesta haya sido aplicada no sólo en la ciudad de Valdivia, sino también en un sector rural como la Comuna de Máfíl, recogiendo con ello información de un sector de la población que en muchas ocasiones es omitido y que por factores como la distancia, conexión a internet y otros similares, puede ver trastocados sus derechos de manera mucho más sensible.</p> <p>Fue un proyecto que logró el objetivo planteado y muy ordenado en su ejecución, mostrando una vez más, las redes de las cuales dispone la AdC, lo que sin duda le entrega un valor agregado a cada proyecto que realizan.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Estudio sobre el consumo residencial de leña en la ciudad de Valdivia: una mirada desde los derechos y deberes de los consumidores.
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
Representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Realizar un estudio que permita conocer los cambios en los patrones de consumo y gastos asociados a la adquisición de leña y su vinculación con los derechos y deberes de los consumidores.
Recursos asignados	\$ 13.960.400
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 11.381
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era conocer los cambios en los patrones de consumo y gastos asociados a la adquisición de leña, en los hogares de la ciudad de Valdivia. Para ello, la asociación se propuso realizar un estudio que se hizo sobre la base de una encuesta que contenía 56 preguntas y que fue aplicada a 300 personas. El estudio propiamente tal consta de un informe muy completo, con una estructura acorde a este tipo de estudios, que da cuenta de la importancia del consumo de este combustible en la zona sur del país y como a pesar de las regulaciones y políticas públicas, las transacciones se mantienen en un ámbito más bien informal, lo que dificulta el ejercicio de derechos contemplados en la ley, toda vez que además hay un desconocimiento por parte de los usuarios de la leña, en lo que a precio y calidad se refiere.</p> <p>Los resultados del estudio quedaron plasmados en un tríptico y un resumen ejecutivo; la difusión se realizó a través de la página web de la AdC, redes sociales, medios de prensa, radioemisoras y TV, dando cuenta de la buena gestión que realiza la organización en esta etapa de sus proyectos. Dentro de las instituciones públicas a las cuales la asociación hizo llegar el estudio, se encuentran la CONAF, el SII, la SEREMI MINVU, la SEREMI de Medio Ambiente, la SEREMI de Agricultura, la SEREMI de Energía, entre otras entidades acordes a la materia tratada, lo que da cuenta de la amplia red que maneja la AdC y con la cual interactúa.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Dirigentes y socios de Juntas de Vecinos de Paillaco, Los Lagos y Mariquina se informan y se capacitan en derechos de los usuarios de Servicios Básicos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
Representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de talleres
Objetivos	Realizar una serie de talleres de capacitación dirigido a dirigentes y socios de JJVV para informar sobre los derechos y deberes como usuarios de Servicios Básicos
Recursos asignados	\$ 10.890.314
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 19.052
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto era entregar información sobre los derechos y deberes de los servicios básicos. Para ello, la AdC se propuso realizar 6 talleres de capacitación los cuales estarían dirigidos a dirigentes y socios de JJVV de 3 comunas de la región de Valdivia. Respecto de lo propuesto, una de las primeras dificultades que visualizó la organización, es que la situación de pandemia y respectivas restricciones sanitarias, podría poner en riesgo el objetivo planteado. En virtud de lo anterior y a objeto de abordar esta situación y otras adicionales, la AdC cambió algunas de las estrategias elegidas para realizar las actividades propuestas, lo que derivó en lo concreto en llevar a cabo 3 talleres vía online. Cada taller contó con 3 módulos, se aprecia una estructura bien elaborada y los temas tratado se observan atinentes a la materia que se pretendía abordar.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Difusión de la ley 21.081
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valparaíso - ACOVALPO
Representante legal	Gloria Torres Díaz
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión a través de cápsulas radiales y entrevistas
Objetivos	Informar a los consumidores sobre la ley del consumidor a través de la creación y difusión de cápsulas y entrevistas radiales, así como a través de la generación de
Recursos asignados	\$ 10.488.280
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era informar a los consumidores sobre la ley del consumidor y para ello, la asociación elaboró 20 cápsulas, llevó a cabo una serie de entrevistas radiales y además elaboró un folleto digital. Estos 3 productos abordaban información relativa a los derechos y deberes del consumidor y entregaba definiciones contempladas en la ley.</p> <p>Respecto a las cápsulas, cada una de ellas tenía una duración de aproximadamente 20 segundos, fueron reproducidas por 4 radioemisoras, 10 veces al día, durante un período de 22 días, lo que implica un total de 880 reproducciones. En cuanto a las entrevistas, se realizaron y difundieron 3 entrevistas a través de 4 radioemisoras. Cada una de ellas salió al aire 2 veces por día, transmitiéndose en un total de 24 ocasiones.</p> <p>Por último y en lo que al folleto digital se refiere, fue un documento que constaba de 12 hojas, fue puesto a disposición de los consumidores a través de 3 portales de noticias, debiendo para ello acceder mediante dos banner. De acuerdo al conteo de los banner, las personas que visualizaron la guía fueron 1513.</p> <p>Como apreciación general, se puede señalar que fue un muy buen proyecto. Desde un principio estuvo claramente enfocado en lo que querían abordar (difusión de derechos y deberes del consumidor), dirigiendo la estrategia comunicacional a consumidores de la región de Valparaíso, para lo cual utilizaron medios de prensa y radioemisoras locales.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Etiquetado de los alimentos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valparaíso - ACOVALPO
Representante legal	Gloria Torres Díaz
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión a través de la creación de un folleto/guía
Objetivos	Creación de un folleto informativo / guía informativa, acerca del etiquetado, rotulación de los alimentos y los cambios que se realizaron en las etiquetas luego de la aprobación e implementación de la ley 20.606 sobre Composición nutricional de los alimentos y su publicidad.
Recursos asignados	\$ 4.270.290
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto consistía en generar material informativo, relacionado con el etiquetado y la rotulación de los alimentos, abordando los cambios que se realizaron en las etiquetas luego de la aprobación e implementación de la ley 20.606, sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad. Para ello, la asociación creó una guía digital que estuvo disponible para los consumidores a través de dos banner, que mantuvieron tres portales de noticias en sus sitios web. La guía conforme a lo indicado fue visualizada un total de 1241 veces y se observa como un documento claro y sencillo.

Nombre del Proyecto	Cobros indebidos ley de codificadores de Tv por cable
Asociación Responsable	Asociación de consumidores y usuarios nuestro tiempo - ACU NUESTRO TIEMPO
Representante legal	Iván Valdés De la Fuente
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio de conocimiento y aplicación de normativa
Objetivos	Realización de un estudio que permita a través de la aplicación de una encuesta, medir el nivel de conocimientos del reglamento que rige el cobro de los codificadores hasta el mes 36 de su contratación, y el cumplimiento de esa norma por parte de las compañías a través de la baja efectiva de ese cobro.
Recursos asignados	\$ 8.433.778
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 158.734
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto era llevar a cabo un estudio, que permitiese, a través de la aplicación de una encuesta, medir el nivel de conocimientos de los usuarios tanto del reglamento que rige el cobro de los codificadores hasta el mes 36 de su contratación, como del cumplimiento de esa normativa por parte de las compañías, a través de la rebaja efectiva de ese cobro. El estudio fue realizado dentro de los meses comprendidos en el proyecto, sobre una base de 425 respuestas obtenidas.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Consumo Desinformado de Proteínas en Alimentos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU CHILE
Representante legal	Andrés Parra Vergara
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión y educación a través de talleres
Objetivos	Implementar un ciclo de difusión e información a los consumidores respecto de los riesgos de consumir libremente alimentos funcionales altos en proteínas.
Recursos asignados	\$ 10.570.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 1
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar una campaña de difusión y talleres, sobre los riesgos de consumir alimentos altos en proteínas. Estaba dirigido a la población asistente a los CESFAM y consultorios de la comuna de La Cisterna, sin embargo para ello y después de varios ajustes relacionados con la población beneficiaria y algunas actividades, la AdC finalmente, realizó lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">- ejecutó dos ciclos de 4 talleres cada uno bajo modalidad online,- creó un grupo de WhatsApp mediante el cual, los 17 participantes recibieron información relacionada al tema abordado.- se efectuaron 4 sesiones de asesoría nutricional.- llevó a cabo una campaña de marketing digital que consistió principalmente en utilizar las redes sociales de la municipalidad de Las Cisterna, de su departamento de salud, de uno de los centros de salud y de algunas organizaciones sociales.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Cápsulas Audiovisuales: GUÍA DE DERECHOS DEL CONSUMIDOR MIGRANTE - AGRECU Chile
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU CHILE
Representante legal	Andrés Parra Vergara
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión a través de cápsulas educativas
Objetivos	Entregar y difundir información relacionada con la ley del consumidor a la población migrante de nuestro país, mediante la elaboración de cápsulas
Recursos asignados	\$ 6.235.979
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El presente proyecto consistía en entregar y difundir información relacionada con la ley del consumidor a la población migrante de nuestro país, mediante la elaboración de cápsulas audiovisuales y la entrega de folletos con información. Respecto de ello, la iniciativa alcanzó los objetivos propuestos, toda vez que se generaron 4 cápsulas mediante las cuales informaron sobre los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none">a) normativa,b) situaciones de riesgo,c) reconocer irregularidades de los proveedores sobre los servicios y productos a adquirir,d) reconocer las garantías. <p>Estas 4 cápsulas contaban con un personaje especialmente creado para dar a conocer la información, duraban alrededor de 3 minutos cada una y estaban tanto en idioma español como creol.</p> <p>Así mismo y en lo que a folletos respecta, la AdC elaboró 1000 trípticos, que contenían la misma materia contenida en las cápsulas, pero adecuada a este formato.</p> <p>La estrategia que utilizaron para alcanzar cobertura, fue la generación de redes con instituciones tales como el Servicio Jesuita Migrante y la Universidad Alberto Hurtado, quienes se comprometieron a hacer entrega de los folletos, a reproducir las cápsulas educativas con los medios de los cuales disponen, así como a hacer difusión mediante sus redes sociales.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Campaña Nacional de Derechos del Consumidor En Internet.
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU CHILE
Representante legal	Andrés Parra Vergara
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión a través de una campaña de internet
Objetivos	informar a los consumidores de internet sobre sus derechos y obligaciones, mediante la generación de una campaña comunicacional a través de herramientas de Google.
Recursos asignados	\$ 24.677.871
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 286.860
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era informar a los consumidores de internet sobre sus derechos y obligaciones, para lo cual se generaría una campaña comunicacional a través de dos herramientas de Google: Google Search y Google Display. Para la campaña se realizaron 3 hitos principales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-) Se generó la página web https://misderechosonline.cl/, que contenía información relacionada con derechos del consumidor y dos logotipos que servían de link para redirigir, por un lado, a la página del SERNAC y por otro, a la página de la AdC. En lo que respecta a la información de la página principal, los derechos aquí mencionados fueron priorizados en base a los temas más reclamados por la ciudadanía y quedaron plasmados en 6 imágenes atingentes al problema mencionado. 2.-) Se identificó la búsqueda de palabras claves tales como reclamo, garantía, derechos, consumidor, las que en base al funcionamiento de la herramienta Google Search, redirigía a la página señalada en el punto 1. 3.-) Se generaron anuncios a través de Google Display, los que aparecieron en páginas de compra online en el momento en el que los consumidores iban a realizar alguna adquisición. <p>Los resultados obtenidos a través de estas herramientas y conforme a lo indicado por la AdC, mediante Google Display se llegó a 6.250.000 exposiciones y mediante Google Search se alcanzó 11.800 impresiones, por lo que se puede determinar que los objetivos fueron logrados, ya que si bien uno de ellos no fue alcanzado en su totalidad (500.000 impresiones Google Search), el otro superó con creces lo propuesto (5.000.0000 impresiones Google Display). Esta situación fue observada a la AdC al comienzo del proyecto ya que uno de los objetivos propuestos no dependía de la gestión que ésta pudiera hacer y bajo esa lógica podía verse complicado.</p> <p>Proyecto interesante, innovador y con buenos resultados desde el punto de vista del alcance de resultados comprometidos. Eventualmente y ante nuevas versiones, sería valorable que se contemple la entrega de información respecto de la efectividad de la campaña</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Creación sitio web ANADEUS
Asociación Responsable	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social ANADEUS
Representante legal	Armando Andrés Bustos González
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Creación de sitio web
Objetivos	Creación de sitio web para ANADEUS que permita dar a conocer la Asociación e incrementar su visibilidad.
Recursos asignados	\$ 3.540.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 28.964
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era crear el sitio web de la AdC, resultado que quedó plasmado en el link www.anadeus.cl.</p> <p>El diseño de la página se observa como atractivo y la paleta de colores elegida sigue en la misma línea del logotipo de la AdC (azules), observándose en ello una identidad visual. Muestra contenido útil, el lenguaje utilizado es claro y la navegación es fácil. A grandes rasgos, la página contiene información de lo que ha hecho la AdC y a qué se dedica, dividiendo esta información en contenidos tales como salud, previsión y educación, entre otros. Informa quienes componen el directorio de la organización, tienen un punto de contacto visible y un apartado en el cual dan cuenta de los proyectos financiados mediante el Fondo Concursable del SERNAC que han llevado a cabo a lo largo de los años, disponiendo del material generado. Además de todo lo anteriormente señalado, la página cuenta con un código para el seguimiento de datos (Google Analytics).</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Adherencia terapéutica y dispensaciones de medicamentos en pandemia
Asociación Responsable	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social ANADEUS
Representante legal	Armando Andrés Bustos González
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	<p>Realizar un estudio que permita determinar el nivel de seguimiento o interrupciones de un tratamiento médico, para con ello realizar una campaña de difusión que permita concientizar sobre la importancia de la adherencia terapéutica y la continuidad de los tratamientos.</p> <p>Realizar 2 charlas virtuales para informar acerca de la adherencia terapéutica en enfermedades crónicas y el rol de la Atención Primaria de Salud en otorgar continuidad de tratamientos.</p>
Recursos asignados	\$ 5.080.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 267.955
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto, era acortar la brecha de desigualdad de información, en relación a la continuidad de las terapias farmacológicas o la adherencia a los tratamientos. Para ello, la asociación se propuso realizar una encuesta que permitiese determinar el nivel de seguimiento o interrupciones de un tratamiento médico; la encuesta consideró 9 preguntas y se recopilieron 652 respuestas. Con las conclusiones de esta encuesta, la asociación llevó a cabo la segunda etapa del proyecto, que consistía en realizar una campaña de difusión para concientizar sobre la importancia de la adherencia terapéutica y la continuidad de los tratamientos. Para ello y de acuerdo a los antecedentes que se tienen a la vista, la AdC creó dos afiches informativos y una cápsula, los que fueron dispuestos a la ciudadanía a través de redes sociales; por otra parte, realizó una charla online el día 26 de noviembre que contó con la presentación de 2 químicos farmacéuticos y con una asistencia de 20 personas, a lo que se le suma el número de reproducciones que se ha tenido a la fecha de cierre del proyecto, que en ese momento era de 420.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Campaña de Difusión “No a la Automedicación en Chile”
Asociación Responsable	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social ANADEUS
Representante legal	Armando Andres Bustos González
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Realizar una campaña de difusión para incentivar el uso seguro de medicamentos.
Recursos asignados	\$ 5.080.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 380.000
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar una campaña de difusión para incentivar el uso seguro de medicamentos. Para poder cuantificar datos, en una primera etapa el proyecto consideró la realización de una encuesta mediante las redes sociales; para ello generó dos afiches, respecto de lo cual se obtuvieron 652 respuestas.</p> <p>Sobre la base de los resultados obtenidos, la AdC, generó 2 videos informativos y 3 afiches (2 sobre automedicación y 1 para la difusión de la charla online), los cuales al igual que la encuesta, fueron difundidos mediante redes sociales. Respecto de la charla, esta se llevó a cabo el día el día 24 de noviembre y contó con la participación y ponencias de la Químico farmacéutica Ana Nieto, Presidenta del Colegio de Químicos Farmacéuticos, la Químico farmacéutica Marcela Pezzani, Jefa de carrera de química y farmacia de la Universidad San Sebastián y Dr. Bernardo Aguilera, presidente de la Agrupación Médicos Sin Marca. La charla se transmitió en vivo contó con un promedio de permanencia en la transmisión de 25 asistentes y a la fecha del presente documento se sigue viendo en línea, con un total de 959 reproducciones, cifra que puede seguir aumentando ya que puede ser vista en cualquier momento.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Valentín el ratoncito ayuda y educa a los niños y niñas a alimentarse saludablemente, a prevenir y cuidarse del coronavirus
Asociación Responsable	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social ANADEUS
Representante legal	Armando Andrés Bustos González
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión mediante la elaboración de material audiovisual
Objetivos	informar y educar sobre la Ley 20.060 del Etiquetado en los Alimentos, la alimentación saludable y el cuidado y prevención del coronavirus, mediante la creación de un comic, dirigido a niños entre uno a cinco años.
Recursos asignados	\$ 9.353.499
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 551.572
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era informar y educar sobre la Ley 20.060 del Etiquetado en los Alimentos, la alimentación saludable y el cuidado y prevención del coronavirus. Para ello, la AdC se propuso la creación de un comic, dirigido a niños entre uno a cinco años y cuyo protagonista (Valentín el ratoncito) ya viene siendo partícipe de varios proyectos, lo que de cierta manera va generando identidad a lo largo del tiempo. Los capítulos y temas abordados fueron 3, a saber:</p> <p>1.-) Valentín el ratoncito, cap. 1, Información y Educación: Valentín busca y refuerza conceptos de la Ley de etiquetado, la alimentación saludable, la prevención y precaución de la Coronavirus. Enlace: https://youtu.be/YikmHaCY9ho [00:05:41]</p> <p>2.-) Valentín el ratoncito, cap. 2, Alimentación Saludable: Valentín decide ayudar y proteger a los niños y niñas del Dragón de los Sellos. Con su ayuda los niños y niñas redescubren la importancia de alimentarse saludablemente, beber agua potable y tener actividad física. Enlace: https://youtu.be/tgY6l0BXLbM [00:05:20].</p> <p>3.-) Valentín el ratoncito, cap. 3, Prevención y Educación: Valentín refuerza conceptos y encuentra las medidas de prevención del coronavirus (Covid-19) para proteger y cuidar a los niños y niñas de Ciudad Esperanza y del país. Enlace: https://youtu.be/MViur1Nsipk [00:05:20]</p> <p>El material elaborado es de buena calidad, didáctico, y con un buen uso de la imagen institucional.</p> <p>Una de las etapas del proyecto, consistía en la distribución tanto del cómic, como de los otros productos generados. En aquellos casos donde no fue factible realizar una intervención más directa, que era lo contemplado originalmente, se decidió distribuir el material a través del correo electrónico, adjuntado los 3 enlaces de los dibujos animados, el afiche de difusión y el libro para colorear de Valentín en PDF. El proyecto es bastante completo, ya que tal como se menciona, no solo generan el material educativo sino que además se encargan de la difusión del mismo.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Campaña “educar, informar, consumidores derechos de la Ley 19.496”
Asociación Responsable	Asociación de Protección al Consumidor APAC
Representante legal	Héctor Segundo Poblete Gómez
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Realizar una campaña de difusión mediante canales de tv, radios, prensa escrita y RRSS, y crear la página web de la AdC a objeto de educar a la población de
Recursos asignados	\$ 16.386.100
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 13.960
Resultados obtenidos	Este proyecto tuvo como eje principal, la realización de una campaña de difusión para informar a los consumidores de Antofagasta, sobre sus derechos y obligaciones en materias de consumo. Para ello y de acuerdo a los antecedentes que se tienen a la vista, la AdC generó 3 mensajes radiales, los que habrían sido emitidos por 5 radioemisoras durante el período de 2 meses; realizó un spot televisivo de aproximadamente 1 minuto, que fue emitido por dos canales de tv locales, un canal online y RRSS; y realizó una entrevista en una radioemisora de la segunda región, en la que se dieron a conocer los alcances del proyecto.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Seminarios "La nueva normalidad del Consumidor Adulto Mayor
Asociación Responsable	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBÍO
Representante legal	Arturo Espinoza Brower
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de la realización de un seminario
Objetivos	Realizar tres seminarios con dirigentes de organizaciones de Adultos Mayores, en las comunas de Concepción, Arauco y Los Ángeles. Se realizarán dos jornadas de
Recursos asignados	\$ 12.551.258
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 989.589
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar tres seminarios presenciales, sobre temas relacionados con la pandemia y los derechos y deberes del consumidor, el que estaría dirigido a 68 dirigentes de UCAMS (Uniones Comunales de adultos mayores) de 3 comunas de Biobío.</p> <p>Dada la fecha en que el proyecto comenzó y considerando las diversas restricciones sanitarias que afectaron a esta región, la organización cambió las actividades a realizar así como la metodología, hecho que fue conversado en su debida oportunidad. En ese sentido entonces, la AdC llevó a cabo lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 conversatorio mediante la plataforma Zoom (https://www.youtube.com/watch?v=dyluk60oVYQ), el cual se realizó el día 10 de diciembre de 2020 y en el que participó en calidad de expositor el Director Regional de SERNAC Biobío y la Coordinadora Regional del SENAMA, organización con la que esta AdC ha generado un estrecho vínculo de colaboración. - Una segunda actividad llevada a cabo, fue hacer entrega de merchandising a la Coordinadora del SENAMA, quién por su lado hizo visitas en terreno generando así una alianza colaborativa. - Así mismo y aprovechando esta alianza, diseñaron un Manual con información relacionada con temas de consumo.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Alfabetización digital para los Consumidores Adultos Mayores
Asociación Responsable	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBÍO
Representante legal	Arturo Espinoza Brower
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de talleres
Objetivos	Realizar un taller de alfabetización digital dividido en 6 semanas, mediante el formato videoconferencia.
Recursos asignados	\$ 7.190.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 970.912
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un taller de alfabetización digital dividido en 6 semanas, mediante el formato videoconferencia.</p> <p>Si bien el proyecto se apreciaba como interesante y muy en la línea de algunas políticas públicas que se impulsaron durante el 2020, el relato de los informes y la metodología utilizada permiten observar que tal vez no eran el medio más adecuado para poder llegar a este grupo etario. Esta misma situación fue visualizada por la AdC oportunamente, logrando finalmente una buena convocatoria. El programa contemplado originalmente sufrió algunas modificaciones siendo acomodado a requerimiento de los asistentes, lo que se aprecia como positivo desde el punto de vista de la participación de los beneficiarios. Los talleres realizados fueron 4 y las materias tratadas son acordes a lo propuesto en el proyecto.</p>

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Centro de Atención al Consumidor Adulto Mayor
Asociación Responsable	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBÍO
Representante legal	Arturo Espinoza Brower
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Protección y difusión
Objetivos	Disponer de un centro de atención para consumidores, que permita la atención presencial y virtual, realización de talleres virtuales. Se contempla además la realización de una campaña de navidad que implica la edición de un suplemento y un actividad presencial de la AdC en la plaza de Concepción.
Recursos asignados	\$ 17.419.752
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 28.681
Resultados obtenidos	<p>El objetivo principal de este proyecto, era mantener abierto para la ciudadanía el centro de atención que tiene la AdC y así dar solución y resolver dudas relacionadas con temas de consumo. Al mismo tiempo, al alero del centro se efectuarían charlas y la AdC también se propuso llevar a cabo una campaña de información de derechos, que sería realizada en época de navidad.</p> <p>Este es un proyecto que desde su financiamiento fue visto como complejo, ya que consideraba la ejecución de muchos hitos de manera presencial.</p> <p>Respecto de la campaña y de acuerdo a lo señalado por la asociación, ésta se realizó mediante la difusión de información a través de canales de tv y a través de una actividad realizada en la plaza de la independencia de Concepción.</p> <p>En cuanto a las atenciones efectuadas, estaban ligadas en su mayoría al retail por temas de incumplimiento en plazos de entrega. Por último y como parte del proyecto, también se propuso llegar a los consumidores a través de la realización de charlas, las que fueron reemplazadas por cápsulas, que fueron distribuidas a través de plataformas de redes sociales (por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none">- https://www.youtube.com/watch?v=gPikYXeO3kk&t=36s- https://www.youtube.com/watch?v=uWjtAE9f1Ro- https://www.youtube.com/watch?v=0uVTNEmHS_8&list=PL86KKjtQvibhKEg6Pa-TyIYVZeDutT-d6- https://www.youtube.com/watch?v=gt1p9bx0G_w&list=PL86KKjtQvibhKEg6Pa-TyIYVZeDutT-d6&index=2



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Preparación Antecedentes PVC Polvos Talco
Asociación Responsable	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBÍO
Representante legal	Arturo Espinoza Brower
Línea del concurso	Línea Especial - Modalidad para el financiamiento de estudios para deducir denuncias fundadas y solicitar inicio de un PVC.
Categorización	Estudio para PVC
Objetivos	Realizar un estudio para plantear un PVC respecto de la empresa "Johnson & Johnson", específicamente el producto "Talco para bebés y adultos". Con la finalidad de presentar evidencia del daño cancerígeno de este producto.
Recursos asignados	\$ 8.260.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	Este proyecto tenía como objetivo principal, presentar un estudio que sirviera como antecedente para iniciar un Proceso Voluntario Colectivo. Respecto de ello, la AdC realizó un estudio en derecho, el que fue acompañado junto con el informe final que da cuenta del desarrollo global de la iniciativa. Así mismo, la denuncia para solicitar el inicio del PVC fue efectuado conforme las indicaciones que establece el SERNAC, que al cierre de este proyecto consistía en enviar un correo a la casilla denunciafundada.adc@sernac.cl, acompañando los antecedentes pertinentes.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Seminario: Endeudamiento de Adulto Mayor en tiempos de crisis
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores de Chile - ASOCOCHI
Representante legal	Marco Antonio Araneda Herrera
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de la realización de un seminario
Objetivos	Realizar un seminario para adultos mayores de la comuna de Santiago, denominado "Endeudamiento del adulto mayor en tiempo de crisis enfocado en el sistema financiero formal e informal.
Recursos asignados	\$ 6.130.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un seminario dirigido a 100 dirigentes de adultos mayores de la comuna de Santiago, para abordar el tema del endeudamiento. Respecto de lo propuesto originalmente, el proyecto sufrió variaciones en cuanto a metodología y público objetivo, cambios que obedecieron en cualquier caso a las restricciones impuestas por la autoridad sanitaria. Con este escenario entonces, se realizó una invitación abierta, para participar de la actividad que se realizó el día 23 de noviembre a las 11.00 hrs.</p> <p>De lo que se tienen a la vista, se puede determinar que la información a entregar consistía en datos y antecedentes relacionados con la situación del adulto mayor, el endeudamiento de este grupo etario y como la pandemia les afectó.</p>

Nombre del Proyecto	Comité de Vivienda, conociendo sus Derechos como consumidor en tiempo de pandemia
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores de Chile
Representante legal	Marco Antonio Araneda Herrera
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de la realización de un seminario
Objetivos	Realizar un seminario cerrado, dirigido al comité de vivienda "Carol Urzúa, en el cual se espera que participen 30 mujeres jefas de hogar, que aborde los derechos y deberes consignados en la Ley del Consumidor.
Recursos asignados	\$ 6.130.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un seminario cerrado, dirigido al comité de vivienda "Carol Urzúa", el cual se llevó a cabo el día 5 de diciembre y contó con la asistencia de 25 personas, aforo máximo permitido por la autoridad sanitaria para este tipo de actividades.</p> <p>Los temas tratados fueron los derechos del consumidor y un apartado específico que entregó información de los beneficios a los que se podía optar en materia de servicios básicos dada la pandemia.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Adultos Mayores de Santiago Aprenden a leer las boletas de agua y luz dos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores de Chile
Representante legal	Marco Antonio Araneda Herrera
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de talleres
Objetivos	Realizar 10 talleres dirigido a adultos mayores de Santiago, para que estos aprendan a leer las boletas de luz y agua
Recursos asignados	\$ 9.880.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto era realizar 10 talleres dirigido a adultos mayores de la comuna de Santiago, para que éstos aprendan a leer las boletas de luz y agua. Respecto de lo propuesto originalmente, el proyecto tuvo una variación importante en cuanto a metodología, toda vez que existieron restricciones en específico para los adultos mayores, producto del covid19, que impidieron realizar las actividades presenciales. Independientemente de ello, sortearon esta dificultad grabando la charla y traspasándola a un pendrive, el que fue entregado junto con otros materiales de información generado para este proyecto. La información de la charla que finalmente fue dispuesta a través de una PPT en el pendrive, explicaba en qué consiste una boleta y como leerla. Parte medular de esta misma información fue dispuesta por la organización a través de trípticos y un cuadernillo.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Adultos Mayores de Buin Y Paine Aprenden a leer sus boletas de servicios básicos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores de Chile
Representante legal	Marco Antonio Araneda Herrera
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de talleres
Objetivos	Realizar 10 talleres dirigido a adultos mayores de Buin y Paine, para que estos aprendan a entender y leer las boletas de luz y agua
Recursos asignados	\$ 9.880.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar 10 talleres dirigido a adultos mayores de la comuna de Santiago, para que éstos aprendan a leer las boletas de luz y agua. Respecto de lo propuesto originalmente, el proyecto tuvo una variación importante en cuanto a metodología, toda vez que existieron restricciones en específico para los adultos mayores, producto del covid19, que impidieron realizar las actividades presenciales. Independientemente de ello, sortearon esta dificultad grabando la charla y traspasándola a un pendrive, el que fue entregado junto con otros materiales de información generado para este proyecto. La información de la charla que finalmente fue dispuesta a través de una PPT en el pendrive, explicaba en qué consiste una boleta y como leerla. Parte medular de esta misma información fue dispuesta por la organización a través de trípticos y un cuadernillo.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Oficina del Consumidor Dos
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores de Chile
Representante legal	Marco Antonio Araneda Herrera
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Protección y difusión
Objetivos	Disponer de un espacio para la realización de atención de consumidores.
Recursos asignados	\$ 14.030.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>Este proyecto tenía como objetivo, disponer de un espacio para la realización de atención de consumidores y realizar capacitaciones al alero de la oficina. Respecto al tratamiento de las consultas y reclamos recibidos, es una de las pocas organizaciones que lleva a cabo mediaciones, con el consiguiente beneficio para el consumidor, detectándose como única brecha la sistematización que deben hacer de los datos, de modo tal que les permita, por un lado, llevar más ordenado el proceso y por otro, generar estadísticas que estén disponibles en tiempo real (que no tengan que construir la información). La asociación renovó su página web (www.asocochi.cl), cambiando la imagen anterior a una más moderna y dinámica. La página tiene una interfaz sencilla y entrega información que se presenta en relación a tres temas principales: solicitar orientación (desplegándose un formulario de contacto), informar sobre charlas y seminarios y entregar información sobre temas de consumo.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Guía para Compra Inteligente de Bicicletas
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores Bicicultura ADC
Representante legal	Víctor Hugo Romo Pizarro
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Difusión
Objetivos	Elaborar una guía que permita asesorar en la decisión de compra de una bicicleta y a la vez, orientar a los vendedores de locales adheridos, del contenido de la guía mediante talleres online.
Recursos asignados	\$ 13.547.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era entregar información, a través de la elaboración de una guía que permitiese asesorar en la decisión de compra de bicicletas y a la vez, orientar a los vendedores de locales adheridos, del contenido de la guía mediante talleres online.</p> <p>Para alcanzar el objetivo propuesto, la organización elaboró una guía en formato afiche, que fue construida en conjunto con personal de las tiendas, talleres, las principales marcas de bicicletas y usuarios de éstas últimas. La guía fue puesta a disposición del público en 378 tiendas del rubro, ubicadas en 97 comunas de las distintas regiones del país y como estrategia adicional la organización realizó un webinar en reemplazo de los talleres online, el que fue difundido a través de Facebook live en el mes de diciembre. Con esta actividad llegaron a 1.058 personas, observándose además 344 reproducciones posteriores.</p> <p>A la luz de los antecedentes que se tienen a la vista, se aprecia como un proyecto con buenos resultados, que no sólo logro entregar la información propuesta sino que además, ayudó a disminuir las eventuales devoluciones o cambios que quisieran hacer los compradores, ya que la guía sirvió para realizar una adecuada compra que se ajustase a las necesidades particulares de cada comprador.</p>

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Talleres e-learning de consumo responsable en contextos de COVID-19: alimentación saludable y uso responsable del smartphone
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur - CDS
Representante legal	Richard Caamaño Oyarzún
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de talleres
Objetivos	Realizar un ciclo de talleres dirigidos a estudiantes y apoderados, en temáticas de alimentación saludable y uso responsable del teléfono.
Recursos asignados	\$ 7.500.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este taller era educar a los consumidores, mediante la realización de talleres bajo la modalidad e-learning, los que tendrían una duración de 30-45 minutos cada uno y estarían dirigidos a estudiantes y apoderados, en temáticas de alimentación saludable y uso responsable del teléfono.</p> <p>Atendida la situación de pandemia y las modificaciones que tuvo que realizar el sistema educativo, relacionados con reemplazar las clases presenciales por clases virtuales, se generó una saturación de esta herramienta, hecho que fue abordado y conversado en conjunto con la AdC. Dado lo anterior, se acordó que se reemplazarían los talleres por cápsulas educativas.</p> <p>Con este cambio, la asociación dio inicio al proyecto, haciendo llegar los temas a tratar y como abordarían estas temáticas, a saber:</p> <p>1.-) "Taller" de alimentación saludable</p> <ul style="list-style-type: none"> - sesión 1: Desarrollo físico y cerebral asociados a la alimentación. - Sesión 2. ¿Cómo disfrutar de la comida de manera responsable? - Sesión 3. Alimentarse saludable con poco presupuesto. <p>2.-) "Taller" uso responsable del smartphone</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sesión 1. Una herramienta para hacernos la vida más fácil. - Sesión 2. Estrategias para seguir socializando en la vida real. - Sesión 3. Ciberacoso. <p>Para el primer "taller", generaron 3 videos que correspondían a cada una de las sesiones mencionadas. Fueron dispuestos en la plataforma de YouTube pudiendo encontrarse en los siguientes link:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=b52SiL6yIGQ https://www.youtube.com/watch?v=YsW3faW12Bs https://www.youtube.com/watch?v=34o6Oa-t7pc</p> <p>Para el segundo "taller", también generaron 3 videos que correspondían a cada una de las sesiones mencionadas. Fueron dispuestos en la plataforma de YouTube pudiendo encontrarse en los siguientes link:</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=z78Wnc3N96Q https://www.youtube.com/watch?v=dz5_iZiQ0TU https://www.youtube.com/watch?v=Ag_7lf05v9w</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Consumo inteligente, mira, compara y ahorra.
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur - CDS
Representante legal	Richard Caamaño Oyarzún
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Información
Objetivos	Desarrollar una aplicación móvil que permita a los consumidores, de la Región de La Araucanía, comparar, en tiempo real, precios de productos de primera necesidad.
Recursos asignados	\$ 14.130.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	El objetivo de este proyecto, era desarrollar una aplicación móvil que permitiese a los consumidores de la Región de La Araucanía, comparar en tiempo real, precios de productos de primera necesidad. Respecto de ello, la APP fue creada, estando al cierre de esta revisión en período de prueba.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Transparentar y participar en el estudio de tarifas de las sanitarias
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé - CHILOEACTIVO AC
Representante legal	Diela Mercedes Alarcón Solís
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Participación en procesos de fijación tarifaria
Objetivos	Participar en el proceso de fijación tarifaria de la empresa sanitaria ESSAL, y difundir la información que surja de la participación a los usuarios de la comuna de Ancud.
Recursos asignados	\$ 13.973.441
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 465.232



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Resultados obtenidos	<p>El objetivo del proyecto era participar en el proceso de fijación tarifaria de la empresa sanitaria ESSAL, y difundir la información que surgiese de esta participación a los usuarios de la comuna de Ancud. Para alcanzar los logros propuestos, la AdC realizó gestiones de comunicación con la empresa ya señalada, lo que derivó en una invitación emitida por la SISS, para que pudiesen formular, dentro de un plazo de 20 días, las observaciones o consultas que estimasen pertinentes a las Bases Preliminares del proceso tarifario publicadas. Dicha acción no pudo ser llevada a cabo por la AdC, toda vez que el tiempo dispuesto por la autoridad fue considerado como escaso, situación que es objetiva si se tiene consideración que la preparación de estas bases, que contienen diversas fórmulas matemáticas, son trabajadas por meses y para que la autoridad considere las observaciones, se debe emitir una nueva propuesta que contenga argumentos objetivos del porqué del rechazo así como una nueva propuesta de tarifas. Lamentablemente el hecho de que el proyecto contase con un tiempo de ejecución de aproximadamente 3 meses y que la propuesta de Bases ya había sido publicada con anterioridad al inicio de la iniciativa, tampoco fue de ayuda para el logro de los objetivos propuestos, hecho que escapa de la responsabilidad de la AdC. Independientemente de lo anterior, la AdC entregó como parte del proyecto 2 informes, uno técnico y otro jurídico. El primero como su nombre lo indica contempla información muy específica, relacionada principalmente con fórmulas matemáticas, que explican en base a qué elementos técnicos se realizan los cálculos tarifarios. En cuanto al informe jurídico, es bastante atingente ya que no sólo hace un adecuado análisis de la normativa vigente, sino que incorpora elementos de la situación sanitaria actual. En conjunto, ambos documentos dan cuenta de un par de situaciones que merecen ser analizadas con mayor profundidad:</p> <ol style="list-style-type: none">1.- la real y efectiva participación que se puede llevar a cabo en los procesos de fijación tarifaria dada la actual normativa y2.- Cómo las tarifas vigentes demuestran un claro desequilibrio entre consumidores y la agroindustria, tanto en el consumo como en el cobro de este servicio básico. <p>Además de lo anterior, la AdC comprometió una serie de acciones relacionadas con la difusión, las que dado el camino que fue tomando el proyecto se enfocaron en:</p> <ol style="list-style-type: none">a) informar a la ciudadanía sobre sus derechos en este ámbitob) informar breve y claramente cómo funciona el proceso de fijación tarifaria yc) abordar la terminología que se utiliza cuando se habla de este servicio básico. <p>Finalmente y en lo que a la ejecución del proyecto se refiere, cabe agregar que otra de las actividades realizadas por la ADC, fue solicitar audiencia ante la Comisión de Recursos Hídricos del Senado, a objeto de presentar su postura frente al tema relacionado, así como los informes que generaron en el marco del proyecto, situación que si bien al cierre del proyecto aún no está concretada, la AdC seguirá trabajando de manera particular.</p>
-----------------------------	---



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Transparentar y participar en el proceso de fijación de tarifas eléctricas domiciliarias
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé - CHILOEACTIVO AC
Representante legal	Diela Mercedes Alarcón Solís
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Cooperativo
Categorización	Participación en procesos de fijación tarifaria
Objetivos	Participar en el proceso de fijación tarifaria, cuatrienio 2020-2024, representando principalmente a las provincias de Chiloé y Santiago.
Recursos asignados	\$ 13.603.441
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 541.450
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto, era participar en el proceso de fijación tarifaria, cuatrienio 2020-2024, representando principalmente a las provincias de Chiloé y Santiago.</p> <p>Para ello, la AdC mantuvo diversas instancias de comunicación con la Comisión Nacional de Energía, lo que derivó en que a la fecha de cierre del proyecto, dicho organismo mediante el oficio 864 de fecha 30 de noviembre de 2020, haya hecho extensiva una invitación a las AdC señalando que una vez se concluya el estudio de costos, que actualmente se está llevando a cabo, será remitido a las distintas asociaciones a objeto de que participen activamente del proceso que se está realizando.</p> <p>Si bien el objetivo general del proyecto se planteaba como ambicioso, la descripción del mismo y el poco tiempo estimado para su ejecución, hacía visualizar que con esta iniciativa se lograría participar de sólo una parte del proceso, el que dicho sea de paso, es complejo y extenso en el tiempo, excediendo los plazos de ejecución que contemplan las actuales Bases para un proyecto de estas características. Con este escenario presente y a la luz de los antecedentes aportados, es factible determinar que el proyecto cumplió su objetivo, al menos en lo que a esta primera etapa de participación se refiere, quedando pendiente todas las instancias restantes.</p>

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Educando en consumo responsable, reciclando y chipeando.
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé - CHILOEACTIVO AC
Representante legal	Diela Mercedes Alarcón Solís
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Cooperativo
Categorización	Educación sobre consumo responsable
Objetivos	Educar en prácticas de consumo responsable y gestión de residuos derivados del consumo, promoviendo estrategias de minimización, tratamiento y disposición de los plásticos en Ancud.
Recursos asignados	\$ 10.223.150
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era educar en prácticas de consumo responsable y gestión de residuos derivados del consumo, promoviendo estrategias de minimización, tratamiento y disposición de los plásticos en Ancud. Para ello, la AdC se propuso instalar una máquina chipeadora de plásticos en la comuna ya señalada, apoyándose a través de la realización de un ciclo de dos talleres dirigidos a la población beneficiaria, en el que informarían sobre la correcta disposición de los residuos plásticos y el uso de la máquina.</p> <p>Respecto del logro de objetivos, al situación sanitaria y permanentes cuarentenas en la Isla, dificultaron mucho la realización de las actividades comprometidas y las acciones que ello conllevaba. No obstante aquello, la organización logró realizar las acciones principales, siendo éstas la adquisición y puesta en marcha de la máquina chipeadora, la realización de los talleres y pintura de murales alusivos a temas medioambientales.</p> <p>Gracias a la alianza estratégica que hizo la AdC con la organización "Caleuche recicla", la máquina -mediante un comodato- fue instalada en un punto limpio que mantiene dicha organización a disposición de la ciudadanía, lo que permitirá que ésta siga siendo ocupada aun cuando el proyecto haya finalizado. En ese sentido, la AdC evaluará la posibilidad de crear nuevos productos con los plásticos triturados por la máquina.</p> <p>Dada la situación sanitaria que afecta a la comuna de Ancud desde abril del año 2019, fecha en que el vertedero municipal fue cerrado, la AdC a través de esta iniciativa vino en apoyar y hacerse cargo de un problema de política pública. En ese sentido la organización desde hace tiempo, viene trabajando el concepto de "economía circular", dando a entender que el acto de consumir ya no se asocia a la mera transacción de bienes y servicios, sino que debe ser abordado desde un aspecto más amplio.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Control ciudadano a las tarifas de electricidad en cuarenta junta de vecinos de Puerto Montt – Alerce
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región - CIDER
Representante legal	Hernán Navarro Alvarado
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Educación a través de la realización de dos seminarios
Objetivos	Realizar 2 seminarios para capacitar a 80 monitores vecinales, en conceptos tarifarios de electricidad y además realizar un estudio de 500 boletas de consumo para comprobar la evolución del consumo eléctrico en meses de pandemia.
Recursos asignados	\$ 8.500.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era llevar a cabo 2 seminarios para capacitar a 80 monitores vecinales, en conceptos tarifarios de electricidad, así como además realizar un estudio de 500 boletas de luz para comprobar la evolución del consumo eléctrico en meses de pandemia.</p> <p>Respecto de lo propuesto los 2 seminarios debieron ser reemplazados por 6 talleres, ya que las autoridades sanitarias locales sólo permitían un aforo máximo, lo que impedía llevar a cabo actividades como las pensadas originalmente.</p> <p>Como segunda actividad, la AdC propuso estudiar 500 boletas de luz, lo que implicó un trabajo en terrero que fue efectuado sin inconvenientes. Esta actividad sirve de insumo a la propia AdC, para tener un marco referencial en caso de requerir información a la compañía de electricidad o en caso de querer hacer un análisis relacionado con el endeudamiento eléctrico.</p> <p>Así mismo, se realizó una medición diaria de consumo en 20 hogares, por el lapsus de 1 semana, cuyo propósito era indagar en el hábito de consumo eléctrico. Esta actividad no pudo ser realizada en un 100%, por lo que únicamente se obtuvieron conclusiones parciales.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Trayectoria del endeudamiento y su impacto en los adultos mayores, mujeres jefas de hogar y en los derechos de los consumidores
Asociación Responsable	Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región - CIDER
Representante legal	Hernán Navarro Alvarado
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Realizar un estudio de la evolución del endeudamiento de las personas a objeto de identificar los factores que conllevan a la morosidad
Recursos asignados	\$ 7.910.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un estudio sobre la evolución del endeudamiento de las personas, a objeto de identificar los factores que conllevan a la morosidad.</p> <p>El estudio en su primera parte entrega información bastante completa e interesante sobre cómo se fueron creando las condiciones para el desarrollo del mercado financiero desde sus inicios hasta el día de hoy y analiza qué factores son determinantes para incidir en el endeudamiento y cómo esto afecta a los hogares más vulnerables. Incorpora como anexo, información resumida que entrega el Banco Central a través del “Informe de Estabilidad Financiera” y que es publicado por dicha entidad cada 6 meses desde el año 2004. Da cuenta de 6 conclusiones y por último presenta el resumen ejecutivo del estudio (aquí denominado “resumen técnico”) como parte del mismo informe, incorporando además los elementos que pueden dar pie a la discusión de los hallazgos.</p> <p>Junto con el estudio ya señalado, la AdC además analizó el nivel de endeudamiento de los dos grupos que habían sido elegidos para estos efectos (mujeres jefas de hogar y adultos mayores).</p> <p>Así mismo y mediante el análisis de 20 contratos de distintas entidades financieras, se elaboró un díptico, con información relacionada con la documentación crediticia que abordó 4 puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - marco normativo - elementos de un contrato de crédito y definición de conceptos - información sobre lo que significa e implica una renegociación o repactación de un crédito - definición y descripción del proceso de embargo de bienes.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Estudio jurisprudencial y de razonamiento de los juzgados de policía local en materia de Ley del Consumidor
Asociación Responsable	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruíz
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Realizar un estudio integrado, sobre jurisprudencia y razonamiento de los(as) jueces.
Recursos asignados	\$ 18.460.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo del proyecto era realizar un estudio sobre jurisprudencia y razonamiento de los(as) jueces en materias de la Ley del Consumidor, el que se llevó a cabo sobre la base de dos tipos de análisis, uno cuantitativo y otro cualitativo.</p> <p>Los resultados provenientes del análisis de las resoluciones en examen, mostraron las tendencias en relación a las multas, indemnizaciones, costas, entre otros. A su vez, los criterios de caracterización de los fallos analizados cualitativamente fueron tres: rubros más representativos, artículos más demandados y razonamientos de los JPL.</p> <p>El equipo de trabajo que participó en el estudio, estuvo conformado por profesionales de distintas especialidades de las ciencias sociales, tales como el derecho, sociología, psicología y antropología; dado lo anterior, es que los resultados del estudio hayan sido abordados desde diferentes puntos de vista, estableciendo a su vez conclusiones relacionadas con antecedentes que puedan ser relevantes para futuros litigios y PVC o el desarrollo de la investigación académica. Los resultados del estudio, fueron abordados mediante un seminario web que la AdC realizó y que contó, entre otros, con una muy interesante exposición del magistrado Andrés Celedón Baeza, quién habló del consumo como un derecho fundamental, hizo un análisis de derecho comparado y propuso ideas de como debiera ser abordada la incerteza jurídica que actualmente existe en materias de infracciones a la ley del consumidor. En dicho seminario también expuso la abogada María Jimena Orrego, quién desde su experiencia habló sobre las diferencias de procedimiento que existen entre un tribunal y otro y como esto incrementa aún más la relación de asimetría ya existente en el acto del consumo. Por último hubo una exposición a cargo de Francisca Barrientos, Subdirectora de la Subdirección Jurídica e Interpretación Administrativa del SERNAC y la abogada Nicole Pereira, también funcionaria del Servicio, quienes en conjunto abordaron el rol del SERNAC en la defensa de los consumidores. Los resultados del proyecto se encuentran en distintas plataformas web (https://www.youtube.com/watch?v=VydrHa-rsZo; https://www.conadecus.cl/desafios-de-los-juicios-individuales-por-infraccion-a-la-ley-del-consumidor/; https://www.conadecus.cl/content/uploads/2020/12/INFORME-FINAL-ESTUDIOS-JURISPRUDENCIAL-Y-DE-RAZONAMIENTO-JURIDICO-15-12-2020.pdf)</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	¿Nos perjudican en tiempos de pandemia con los precios de los productos básicos?
Asociación Responsable	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruíz
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Realizar un estudio que permita determinar las variaciones de precio de 25 productos básicos de alimentación, limpieza e higiene indispensables en el gran
Recursos asignados	\$ 14.710.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un estudio que permitiese determinar las variaciones de precio de 25 productos básicos de alimentación, limpieza e higiene, indispensables en el gran Santiago en el contexto de pandemia por Covid-19. El proyecto tuvo un correcto desarrollo y las recomendaciones finales estuvieron dirigidas al comercio, a los consumidores y a las autoridades, enfocando estas sugerencias en torno al Covid, al formato de compra/venta y al costo de las compras.</p> <p>Los resultados del estudio fueron presentados mediante un resume ejecutivo y las conclusiones fueron principalmente las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La compra de la canasta considerada para el estudio ocupó el 41,5% y el 63,8% del Ingreso Familiar de Emergencia y del sueldo mínimo, respectivamente. Bajo esta perspectiva, la AdC señaló que ninguno de estos ingresos alcanzaba a cubrir el total de las necesidades que podía tener una persona, señalando por tanto la necesidad de implementar políticas efectivas focalizadas, de fácil acceso, en ayuda de la población para que no aumente su endeudamiento. - Se observaron diferencias de precio de esa canasta básica en las diferentes zonas del Gran Santiago, siendo las más caras la zona oriente y centro, con valores de \$180.157 y \$180.596, respectivamente y la más barata es la zona sur, con un valor de \$159.067. - Si bien existió una baja en los precios en el mes de octubre, esta baja se revirtió en el último muestreo a fines de noviembre. Los precios de muchos productos tuvieron un alza a comienzos de la pandemia y se han mantenido altos. Tal como para otros proyectos y noticias de esta organización, tuvieron una amplia cobertura de prensa, apareciendo en medios televisivos como el noticiero central de Mega (https://www.facebook.com/conadecus/videos/3301643116610965).



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	SIIACUS XV
Asociación Responsable	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios - CONADECUS
Representante legal	Hernán Calderón Ruíz
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Protección
Objetivos	Disponer de un centro de atención para consumidores, que permita la atención presencial y virtual
Recursos asignados	\$ 45.818.943
Reintegro efectuado por la AdC	\$ 284.467
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era disponer de un centro de atención, que permitiese asesorar, informar, y educar a los consumidores acerca de sus derechos y deberes. Respecto de lo propuesto, la AdC señala haber atendido a 1523 consumidores, haber generado más de 100 noticias informativas, haber generado y enviado 16 newsletter, haber efectuado publicaciones en redes sociales diagramas informativos sobre los derechos de los consumidores y haber implementado un curso de presupuesto familiar. Toda esta información se encuentra disponible en la página web de CONADECUS.</p> <p>Sin duda que para este proyecto la AdC, entrega objetivamente mucha más información y antecedentes relacionados con el objetivo principal perseguido, que es la atención de consumidores. Si se compara con otros proyectos de esta misma categoría, ésta es una de las pocas organizaciones que gestiona reclamos directamente con el proveedor y lleva a cabo mediaciones, lo que sin duda es un elemento diferenciador y que genera en el consumidor el consiguiente beneficio. Así mismo, todas las otras actividades que se gestionan al alero de este proyecto, como pueden ser actividades de educación o difusión, se encuentran debidamente respaldadas.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	Estudio de Calidad Nutricional de Yogures
Asociación Responsable	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Estudio
Objetivos	Realizar un estudio para verificar la calidad nutricional de distintas marcas de yogurt que se comercializan en el país.
Recursos asignados	\$ 21.857.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era realizar un estudio para verificar la calidad nutricional de distintas marcas de yogurt que se comercializan en el país.</p> <p>El estudio consideró 19 muestras de yogurt y analizó aspectos tales como: proteínas, grasa total, azúcares, sodio, calcio, probióticos, parámetros microbiológicos, lactosa, etiquetado, declaración de ingredientes alérgenos, disposición de los envases. En base a ello, planteó varios elementos de discusión interesantes como por ejemplo, que no existen en la legislación chilena parámetros definidos para determinar si un producto es libre de lactosa o no. En ausencia de estos puntos de corte entonces, es que tampoco se puede determinar en categorías (libre, bajo o medio), lo que no sería beneficioso para las personas intolerantes a la lactosa, ya que los valores que pueden generar molestias dependen de cada individuo. Respecto a los resultados obtenidos, la AdC destaca los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El producto que presenta más incumplimientos en el estudio (3 de 14 parámetros) es Loncoleche Protein 12g,. En su imagen frontal, el nombre destaca un atributo del producto - contenido de 12 gramos de proteína - lo que no se cumple a cabalidad ya que contiene 11,03 g,. En ese sentido la AdC considera que esta información debiera ser exacta, ya que es un diferenciador en su publicidad en el mercado y bajo esta misma perspectiva, no se puede regir por los rangos de cumplimiento que el RSA otorga a la información de la tabla nutricional. - Loncoleche Sin Lactosa no cumplió con dicho parámetro. (contiene 1 g de lactosa en 100g de yogurt). <p>Finalmente, hacen recomendaciones generales con respecto a situaciones observadas producto de este estudio, como por ejemplo la siguiente: "Con respecto a la normativa vigente, como ODECU entendemos que se hace necesario que la autoridad actualice y mejore ciertos criterios, como es la obligatoriedad de la declaración del contenido de CALCIO, así como la declaración de manera destacada de los alérgenos, en este caso la CASEÍNA, independiente de que sea inherente al producto, el consumidor tiene el derecho a obtener la información clara y precisa de esos contenidos, para poder comparar y elegir correctamente base a sus necesidades y requerimientos nutricionales."</p> <p>Los resultados fueron dispuestos a través de distintas plataformas y sitio web de ODECU, contando como siempre con una amplia cobertura de prensa.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Nombre del Proyecto	PVC GARANTÍA
Asociación Responsable	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
Representante legal	Stefan Larenas Riobo
Línea del concurso	Línea Especial - Modalidad para el financiamiento de estudios para deducir denuncias fundadas y solicitar inicio de un PVC.
Categorización	Estudio para PVC
Objetivos	Realizar un estudio para determinar el cumplimiento de deberes en materia de garantía.
Recursos asignados	\$ 4.710.000
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo del proyecto era reunir antecedentes sobre eventuales incumplimientos de obligaciones en materia de garantía, los que se realizarían sobre la base de un estudio en la materia. Para ello la AdC recopiló información y realizó un acabado análisis de los proveedores con más reclamos, eligiendo 12 de ellos. Se analizaron diversos textos jurídicos y se contrastó dicha información con los antecedentes recopilados.</p> <p>La denuncia para solicitar el inicio del PVC fue efectuada conforme las indicaciones que establece el SERNAC, lo que al cierre de este proyecto consistía en enviar un correo a la casilla denunciafundada.adc@sernac.cl, acompañando los antecedentes pertinentes.</p>

Nombre del Proyecto	Servicio de Atención al Consumidor - SAC.
Asociación Responsable	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
Representante legal	Stefan Larenas Riobó
Línea del concurso	Línea General - Proyecto Individual
Categorización	Protección
Objetivos	Disponer de un centro de atención para consumidores, que permita la atención presencial y virtual así como además mantener el sitio web actualizado
Recursos asignados	\$ 12.203.200
Reintegro efectuado por la AdC	\$ -
Resultados obtenidos	<p>El objetivo de este proyecto era entregar asesoría a consumidores/as en temas de consumo, para lo cual se iba a disponer de un centro de atención, que permitiese la atención presencial y virtual, así como además mantener el sitio web actualizado. Respecto de lo propuesto, el objetivo se da por cumplido, sin que destaque de mayor manera este proyecto.</p>

Capítulo VI

EVALUACIÓN GENERAL DEL PROCESO FONDO CONCURSABLE 2020

1. Resultados generales

Tal como se ha señalado en puntos anteriores del presente documento, durante el ejercicio 2020, el SERNAC a través del Consejo de Administración del Fondo Concursable convocó a un sólo concurso público, que permitió la entrega de \$492.870.000. Este monto, permitió financiar 43 iniciativas, las que fueron ejecutadas por 15 Asociaciones de Consumidores, llegando de manera directa a 8 regiones del país.

Las Bases del llamado a concurso, determinaron conforme a las distintas reglamentaciones dos líneas de proyectos: una *Línea General* y una *Línea Especial*. De los 43 proyectos financiados y dentro de la *Línea General*, 37 tuvieron la calidad de individuales y 2 fueron cooperativos. Así mismo y en cuanto a la *Línea Especial para Proyectos de Representación*, 2 iniciativas estuvieron enfocadas en defender el interés de los consumidores frente a los tribunales y otras 2, tuvieron sus objetivos puestos en recabar antecedentes para presentar eventuales PVC (Procedimiento Voluntario Colectivo).

En términos generales y en lo que a la *línea General* se refiere, podemos hacer una subcategorización de las iniciativas financiadas dentro de esta línea, obteniendo los siguientes resultados:

- a) 13 iniciativas dirigidas a Difundir el conocimiento de las disposiciones de la Ley N° 19.496 y sus regulaciones complementarias;
- b) 16 iniciativas dirigidas a Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos y brindarles asesoría cuando lo requieran;
- c) 8 iniciativas dirigidas a Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y a efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo;
- d) 2 iniciativas dirigidas a participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen;

Viendo las cifras expuestas, se puede observar que la mayor cantidad de proyectos tuvieron el foco centrado en las modalidades a) y b) lo que se llevó a cabo a través de distintas modalidades tales como los talleres, seminarios, cápsulas educativas, creación o mantención de oficinas de atención de consumidores.

Como punto relevante para el 2020, se puede señalar que por primera vez Asociaciones de Consumidores participaron en los procesos de fijación tarifaria, lo que resulta importante desde la óptica de la asimetría que existe en ese mercado para los consumidores, quienes son los principales afectados, toda vez que el costo de los servicios básicos impacta directamente en el presupuesto de las familias sin que exista la posibilidad de dejar de utilizar esta prestación. Respecto del desarrollo de estos proyectos y más allá de los objetivos propuestos, se pudo verificar que los procesos de fijación tarifaria son complejos y extensos, por lo exceden los plazos de ejecución que en general contemplan las Bases para proyectos de estas características. En cualquier caso un par de situaciones quedaron expuestas, las que sin duda merecen un mayor análisis: por un lado, la real y efectiva participación que se puede llevar a cabo en los procesos de fijación tarifaria dada la actual

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

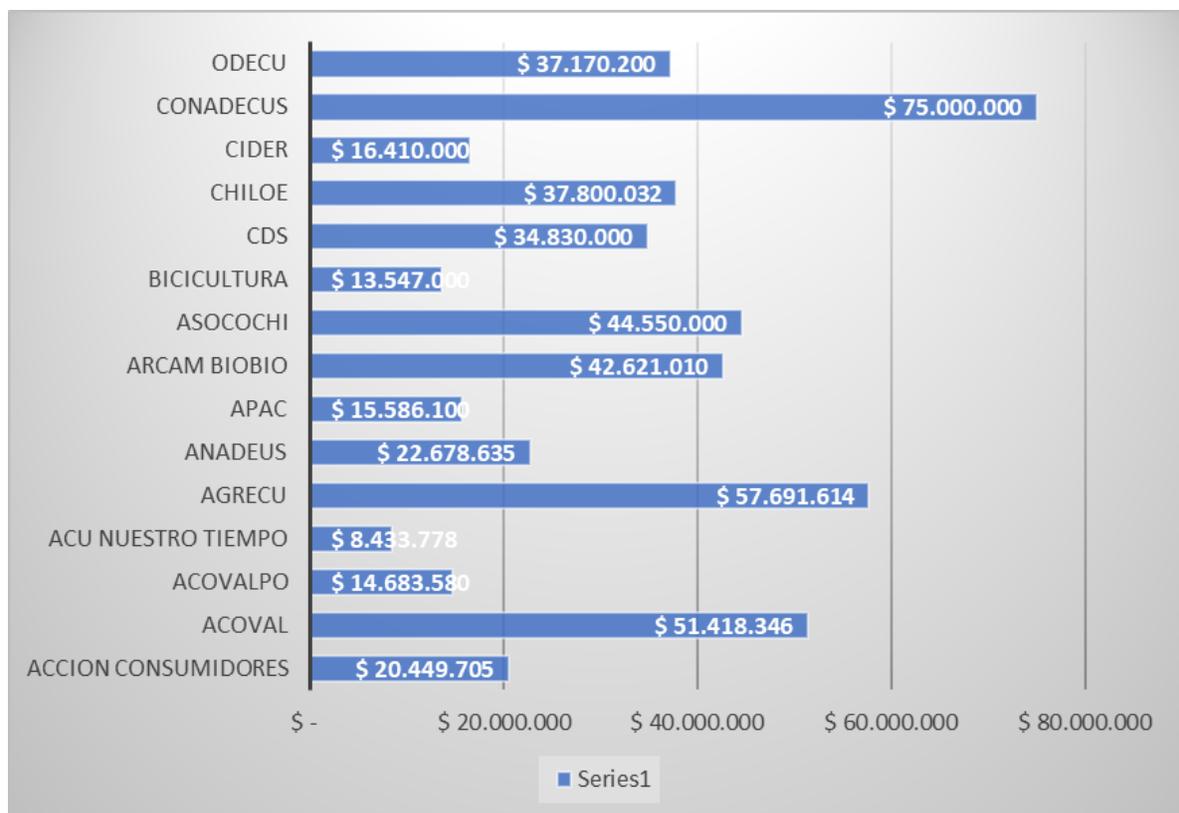
normativa y por otro, el cómo, las tarifas vigentes, demuestran un claro desequilibrio entre consumidores finales y la agroindustria, tanto en el consumo como en el cobro de este servicio básico.

Respecto de los proyectos que se enmarcaron en las líneas especiales, podemos señalar que se presentaron dos proyectos relacionados con el estudio de antecedentes para presentación de PVC y dos proyectos relacionados con la representación individual. En el primer caso, se derivaron los resultados de ambos proyectos al centro de responsabilidad que ve dichos temas en SERNAC. En cuanto los proyectos de representación, estos aún se encuentran en desarrollo, por lo que no es factible emitir o hacer un análisis de los resultados obtenidos.

Por último pero no por esto menos importante, es necesario señalar que los proyectos desarrollados durante el año 2020 se vieron afectados por la situación sanitaria del coronavirus y las medidas que la autoridad pertinente impuso en su oportunidad, las cuales incluyeron en muchos casos y como ya es de amplio conocimiento, extensos períodos de confinamiento y cuarentenas, impactando de manera directa en la ejecución de actividades propuestas o el número de beneficiarios que se pretendía alcanzar. Independientemente de aquello, es destacable el esfuerzo que hicieron las organizaciones por buscar nuevas modalidades de ejecución o cambios en las estrategias a ocupar.

1.1 Distribución de recursos por Asociación

La distribución de recursos por Asociación para el período 2020 se visualiza en el gráfico que se acompaña a continuación, pudiendo destacarse que aquellas organizaciones que recibieron más recursos fueron: CONADECUS, AGRECU Y ACOVAL las que percibieron el 15,22%, 11,71% y 10,43% respectivamente.

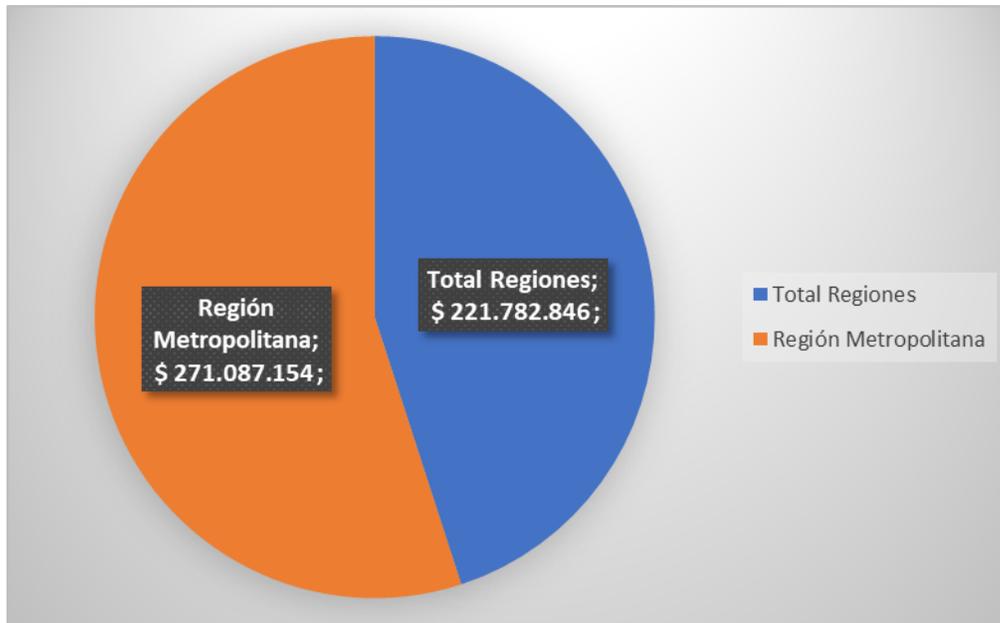


Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

1.2 Distribución de recursos región metropolitana v/s otras regiones del país

En cuanto a la distribución recursos por zona geográfica, las asociaciones de la región Metropolitana recibieron un 55% del total nacional, repartiéndose las asociaciones de regiones el 45% restante.



2.- Asociaciones financiadas en el periodo 2020

Con respecto al financiamiento de iniciativas para el proceso 2020, durante el llamado a concurso postularon 20 organizaciones y 15 se adjudicaron recursos, las que territorialmente se ubican en nueve regiones del país.

Las asociaciones beneficiadas con el Fondo Concursable 2020 fueron las siguientes:

Asociación Regional Consumidores Adultos Mayores Región del Biobío – ARCAM: Creada en el año 2011, esta organización se ha enfocado en los adultos mayores y su situación de vulnerabilidad. Su principal área de proyectos es la de educación, y se ha caracterizado además por trabajar de manera conjunta con otras asociaciones de consumidores. Mantiene un contacto permanente con el Servicio, lo que facilita el seguimiento de los proyectos, así como la subsanación de eventuales observaciones que se hayan realizado. Es una organización muy responsable con el cumplimiento de plazos y en el caso particular del año 2020, ejecutó cuatro proyectos.

Asociación de Consumidores de Chile – ASOCOCHI: Esta organización se ha especializado en informar y educar a través de la realización de talleres y cursos principalmente. En el año 2020 se adjudicaron 5 proyectos, los que se ejecutaron todos en la Región Metropolitana. Con el transcurso del tiempo, esta asociación se ha ido enfocando en los adultos mayores, ha incorporado a la población migrante como beneficiaria de sus actividades y ha comenzado a instalar sus oficinas, a objeto de entregar orientación y asistencia a aquellos consumidores que así lo requieren.

Asociación de Consumidores y Usuarios de la provincia de Valdivia – ACOVAL: Asociación que se encuentra en Región de Los Ríos, y tiene una trayectoria de más de 10 años. Durante el 2020, fue adjudicataria de 5 proyectos, logrando en la mayoría de los casos muy buenos resultados a pesar de la contingencia sanitaria. Esta organización se caracteriza por un muy buen nivel de proyectos, una

Gobierno de Chile



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

amplia cobertura de prensa de las actividades que llevan a cabo y por incluir en sus iniciativas a la comunidad tanto urbana como rural, observándose además una capacidad instalada en la AdC de gestión y organización, que viene a complementar el trabajo en redes que llevan a cabo con instituciones de la región, y otros actores del sistema en el cual se desenvuelven.

Asociación de consumidores y usuarios de Valparaíso - ACOVALPO: Organización de reciente creación y al igual que otros casos del año 2020, fue su primera participación en el Fondo Concursable, adjudicándose 2 proyectos. Estos estuvieron enfocados en la difusión de derechos y deberes de los consumidores, teniendo como beneficiarios a la población de la región de Valparaíso, lo que concuerda con su ubicación territorial.

Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS: Es una las organizaciones que ha desarrollado más proyectos, enfocados principalmente en temas de educación del consumidor, salud y previsionales. Territorialmente se encuentran ubicados en la Región Metropolitana y durante el año 2020 ejecutaron 4 proyectos, dos de los cuales estuvieron enfocados en el consumo seguro de medicamentos y la importancia de la adherencia a los tratamientos terapéuticos. De esta manera la organización se hace eco de un problema de salud pública, lo que es coherente con la línea que han ido desarrollando en el último tiempo. Es una asociación muy organizada y los resultados de sus proyectos son el reflejo de dicha característica.

Asociación de consumidores Nuestro Tiempo – ACU: Creada en el año 2017, esta organización se ha asociado con organizaciones como ODECU y CONADECUS, permitiendo de esta manera ejecutar proyectos en la región Del Maule, la que por mucho tiempo no ha tenido asociaciones activas. Durante el 2020 fue adjudicataria de un solo proyecto, el que estuvo enfocado en un estudio del área de telecomunicaciones.

Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCION CONSUMIDORES: Esta Asociación se encuentra ubicada en la Región del Maule, es primera vez que participa del Fondo Concursable y llevó a cabo dos proyectos, los cuales estuvieron enfocados en la difusión de derechos. Dada la reciente creación de esta organización, aún no han generado muchas redes. La evaluación de su participación en el Fondo es bastante buena, observándose como ordenada y en permanente contacto con el equipo del SERNAC.

Asociación de Consumidores y usuarios de Chile – AGRECU: Esta organización participó por primera vez del Fondo Concursable en el año 2020, llevando a cabo 4 proyectos, los cuales estuvieron enfocados en dos líneas: 3 iniciativas estuvieron relacionados con la difusión de derechos y deberes del consumidor y la cuarta, se enmarcó en la línea de representación individual.

Asociación de protección al consumidor – APAC: Esta organización data del año 2007 y se encuentra ubicada en la región de Antofagasta. Es la única asociación que funciona en dicho territorio y participa de manera esporádica del Fondo Concursable, habiéndose adjudicado hasta antes del año 2020 tres proyectos. En esta última versión llevó a cabo un solo proyecto enfocado en la difusión de los derechos y deberes del consumidor, el que se mantiene en la línea de las iniciativas que han ejecutado a lo largo de su existencia.

Asociación de consumidores BICICULTURA AdC: Constituida en el año 2010, esta organización ha trabajado arduamente en incorporar el concepto de la cicloinclusión desde la perspectiva de los consumidores, desarrollando diversos proyectos, entre los cuales hay estudios y talleres. Han logrado tener injerencia en la política pública, transformándose en uno de los actores validados en materias del transporte y proyección urbana. Durante el año 2020 fueron adjudicatarios de un solo

Gobierno de Chile



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

proyecto, el que más allá de los objetivos propuestos, da cuenta de cómo han logrado articular a los diferentes actores involucrados en el área que abarcan.

Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur – CDS: Es una asociación que funciona desde el año 2007 y se ubica en la región de La Araucanía. Han llevado a cabo más de 35 proyectos y durante el año 2020, a este número se sumaron 3 iniciativas más, una de las cuales, guarda relación con la representación individual de los consumidores ante los tribunales comunales del territorio ya señalado.

Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región – CIDER: Es una organización que data del año 2007, se encuentra ubicada en la Región de Los Lagos y ha participado de manera esporádica del Fondo Concursable, manteniéndose en todo caso activa en su territorio de forma permanente. Durante el año 2020 llevó a cabo 2 proyectos, los cuales estuvieron enfocados en la educación y un estudio del endeudamiento, los que van en la línea de los proyectos desarrollados hasta la fecha.

Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios –CONADECUS: Esta asociación de consumidores es una de las primeras en constituirse como tal, participando del Fondo concursable desde sus inicios. Es una de las pocas organizaciones que puede mantener su funcionamiento a pesar de no adjudicarse proyectos y participa activamente de distintas instancias, como por ejemplo Consejos Consultivos de la Sociedad Civil lo que conlleva a contar con una amplia red de contactos, que se traduce en el logro de buenos resultados en las distintas actividades que realizan. Es una organización, que se podría definir como un referente al momento de considerar opiniones que puedan afectar a los consumidores, a la fecha han presentado alrededor de 18 demandas colectivas y cuentan con una amplia cobertura mediática. Durante el período 2020 ejecutaron 3 iniciativas financiadas mediante este fondo, incluyendo en este número el proyecto denominado SIACUSS que está enfocado en la atención de consumidores y cuya ejecución correspondió a su 15° versión. Otro de los proyectos destacables fue un estudio jurisprudencial, el cual fue muy completo tanto en su análisis como en los resultados obtenidos.

Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé – CHILOEACTIVO: Esta organización se encuentra ubicada en el archipiélago de Chiloé, más específicamente en la Isla de Ancud y sus inicios datan del año 2007. A la fecha han desarrollado más de 20 proyectos los que han abarcado diversas áreas, enfocándose este último tiempo en conceptos tales como "responsabilidad social" y "sustentabilidad". Durante el año 2020, ejecutaron 3 proyectos, uno de los cuales estuvo enfocado en esta última temática, continuando entonces su participación en temas de relevancia para el territorio local, toda vez que la minimización de la basura es una situación que ha tomado la agenda pública del archipiélago.

Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, ODECU: Adjudicataria de tres proyectos durante el 2020, esta organización data del año 1994 y desde sus orígenes, previos a la creación del Fondo Concursable del SERNAC, se dedicaron a la promoción y defensa de los derechos de los consumidores. Su constante interacción con otras organizaciones de la sociedad civil, les ha permitido subsistir y funcionar de manera permanente e ininterrumpida, sin depender 100% del Fondo Concursable del SERNAC. Al igual que su par CONADECUS, han presentado y se han hecho parte en distintos juicios colectivos y participan activamente de distintos Consejos Consultivos tanto de empresas como de organismos del Estado. Al alero de dicha organización se han ido creando otras asociaciones de consumidores, lo que sin duda a ayudado al crecimiento del movimiento consumerista en pro de la defensa de los derechos de consumidores.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

**Consejo de Administración del Fondo Concursable
Servicio Nacional del Consumidor**