



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

# Memoria Anual 2021

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

<b>PRESENTACIÓN DE LA MEMORIA ANUAL</b>	<b>3</b>
<b>CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DEL FONDO CONCURSABLE.</b>	<b>4</b>
<b>FONDO CONCURSABLE</b>	<b>7</b>
<b>PRIMER CONCURSO PÚBLICO DE PROYECTOS 2021</b>	<b>10</b>
<b>SEGUNDO CONCURSO PÚBLICO DE PROYECTOS 2021</b>	<b>32</b>
<b>EVALUACIÓN GENERAL DEL FONDO CONCURSABLE 2021</b>	<b>52</b>



**Capítulo I  
Presentación de la Memoria Anual**

El Consejo de Administración del Fondo Concursable para el financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores, establecido en el artículo 11 bis de la Ley N°19.496 (Ley de Protección al Consumidor), a través de la presente Memoria Anual informa sobre el trabajo realizado en el período 2021 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 2021 y el 31 de diciembre de 2021, 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, diciembre 2022

**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 2021, 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, una Coordinadora General, funcionario del Servicio Nacional del Consumidor designado por su Director Nacional.

**2. Integrantes del Consejo de Administración**

Durante el período 2021, 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.
- **Pilar Trivelli Vega** – Consejero representante del Ministro de Economía, Fomento y Turismo.
- **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.

Formaron parte, además, del funcionamiento del Consejo y del Fondo Concursable:





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- **Eduardo Gárate López** – Secretario Ejecutivo del Consejo de Administración del Fondo.
- **Paulina Espinoza Serra** – Coordinadora General del Fondo Concursable.

El cupo para el/la representante de las asociaciones de consumidores legalmente constituidas se encuentra vacante dado que, durante su proceso de elección, las Asociaciones de Consumidores no presentaron candidatos para el cargo. El cargo de representante de la División de Organizaciones Sociales, en tanto, se encuentra vacante dado que tanto el consejero titular como sus dos suplentes dejaron de cumplir funciones en dicha institución, sin que existiera un nuevo nombramiento para el cargo durante el año.

### 3. Funcionamiento del Consejo

El Consejo funciona, de manera regular, en dependencias del Servicio Nacional del Consumidor, en la ciudad de Santiago, Región Metropolitana. Durante el año 2021, todas las sesiones del Consejo se efectuaron de manera telemática, resguardándose la participación simultánea y permanente de los consejeros durante las sesiones.

### 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





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

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. Coordinadora General.**

La función de la Coordinadora General es realizada por una funcionaria del Servicio Nacional del Consumidor. Sus funciones principales son:

- Encargada 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.
- 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 N°19.496, establece la creación de un **Fondo Concursable** destinado al financiamiento de iniciativas que las Asociaciones de Consumidores, constituidas según lo dispuesto en dicho cuerpo legal, desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos.

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

De acuerdo a las normas legales y reglamentarias, los recursos del Fondo sólo pueden destinarse al financiamiento, total o parcial, de proyectos que las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas desarrollen para el cumplimiento de los objetivos que consigna, para ellas, el Art. 8° de la Ley N°19.496, los cuales son:

- a) Difundir el conocimiento de las disposiciones de la Ley N°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 2021, se realizaron dos convocatorias, la primera convocatoria, se efectuó en el mes de abril y la segunda convocatoria fue entre los meses de agosto a septiembre.

#### **3. Líneas de proyectos**

Para el ejercicio 2021, el Consejo contempló en las Bases del primer llamado a concurso dos líneas de postulación, una línea "General" y una línea especialmente orientada a "Proyectos de Representación", conforme en el marco de las letras d) y e) del Art. 8° de la Ley N°19.496. Para las Bases del segundo



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

llamado a concurso se abrió la línea "General". Para ambos llamados la línea especial dirigida a "AdC de carácter Nacional" contemplada en el Art. 11º ter de la Ley no fue abierta, debido a que, a la fecha de los concursos, no existían asociaciones que cumplieran con dicha calificación. Adicional a lo anterior para ambos llamados se abrió una "línea piloto" de Mediación en línea.

### 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 N°19.496, y sus modificaciones. Además, de acuerdo al Reglamento, las Asociaciones deberán tener a lo menos seis meses de vigencia al momento de efectuar su postulación.

A través de las Bases del Concurso Público se establecen los requisitos específicos que deben cumplir las Asociaciones en cada llamado o concurso, 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 **\$503.960.000.- (quinientos tres millones novecientos sesenta mil pesos)**. En dicho marco, la distribución de los recursos para los distintos llamados del año sería la siguiente:

- **\$12.400.000.-** reservados para la continuidad de los proyectos de la modalidad de Representación individual adjudicados en el Primer Llamado 2020.
- **\$350.000.000.-** para el Primer Llamado a concurso 2021.
- **\$141.560.000.-** para el Segundo Llamado a concurso 2021.

No obstante, su distribución inicial, del total adjudicado durante el 1er Llamado 2021 fueron adjudicados \$327.988.511.-, por lo que la diferencia (\$22.011.489.-), en su totalidad, fue traspasado para complementar el presupuesto del 2do llamado anual. Del mismo modo, fueron añadidos al presupuesto disponible del 2do llamado \$42.240.000.- correspondientes a recursos no ejecutados en el marco de proyectos de Representación Individual del Primer Llamado, producto de causas derivadas a las AdC que no fueron aceptadas para la tramitación judicial efectiva por éstas o por los propios consumidores. De este modo, el presupuesto final disponible para el 2do Llamado 2021 fue de **\$205.811.489.-**, los cuales fueron adjudicados en su totalidad.

El Fondo no recibió, para su ejercicio anual, ninguna donación de terceros, nacionales o internacionales. Del mismo modo, tampoco recibió remanentes no





## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

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 N°19.496.

## **Capítulo IV Primer Concurso Público de Proyectos 2021**

### **1. Bases del Concurso y monto a entregar.**

El texto de las Bases que reguló el Primer Llamado a concurso del año 2021 fue aprobado por el Consejo de Administración del Fondo mediante Acuerdo N°116; y formalizadas mediante Resolución Exenta N°232, de 26 de marzo de 2021, del Servicio Nacional del Consumidor.

Tal como se señaló en el capítulo anterior, el llamado a concurso disponibilizó **\$350.000.000.- (trescientos cincuenta millones de pesos)**. En esta ocasión se recibieron **81** proyectos y de este total **23 iniciativas** recibieron financiamiento, beneficiando de este modo a **15 asociaciones**.

### **2.- Límites de postulaciones y financiamiento.**

El acuerdo N°116, firmado por el consejo en febrero del año 2021, estableció las condiciones según las cuales cada asociación podía presentar los proyectos, así como en los montos a recibir. En esa lógica, los criterios fueron los siguientes:

- Líneas de postulación:
  - Una primera línea para postulación de proyectos de carácter general.
  - Una segunda línea para proyectos de representación.
  - Una tercera línea piloto para proyectos de mediación online.
  - No se abrirá Línea Nacional por no existir AdC's con dicha calificación.
  - Los proyectos de la línea general tendrán calidad de individuales o cooperativos.
- Cantidad máxima de proyectos:
  - Línea General: 6 proyectos
  - Línea de representación, modalidad PVC: 2 proyectos
  - Línea de representación, modalidad material probatorio: 2 proyectos
  - Línea de representación, modalidad representación individual: 1 proyecto
  - Línea de representación, modalidad mediación online: 1 proyecto
- Monto mínimo de postulación por proyecto: \$3.000.000.- (excepto Representación individual)
- Monto máximo de financiamiento, por asociación: hasta 75.000.000.-

### **3.- Bonificaciones y descuentos**

Las Bases del Primer Llamado a concurso 2021, establecieron que recibirían 5 puntos de bonificación aquellas asociaciones que, a la fecha de postulación, no hubiesen contado con proyectos financiados en el marco de anteriores llamados del Fondo. Así mismo, aquellos proyectos, de la línea general, orientados a la participación de Asociaciones de Consumidores en procesos de fijación tarifaria eléctrica, también estuvieron en condiciones de recibir la bonificación señalada.

En contrapartida, sería motivo de descuento de 5 puntos los proyectos que no hubieran cumplido, dentro del plazo de postulación, con la presentación de todos los antecedentes requeridos en las bases de concurso para la postulación,



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

solicitándose complemento de tales antecedentes durante la etapa de examen de admisibilidad de proyectos.

### 4. Desarrollo del primer llamado a concurso

De acuerdo a la convocatoria pública y bases de concurso, el plazo de postulación de proyectos al Concurso comprendió entre las 00:00 horas del lunes 05 de abril hasta las 23:59 horas del viernes 30 de abril de 2021, admitiéndose proyectos de manera exclusiva a través de la plataforma [www.fondos.gob.cl](http://www.fondos.gob.cl).

Según consta en el Acta de Recepción de este Llamado, el Consejo recibió un total de 81 postulaciones, de Asociaciones ubicadas en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, Maule, Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.

Mediante el acuerdo N° 117 del Consejo de Administración del Fondo Concursable, estableció el financiamiento de 23 iniciativas presentadas por 15 Asociaciones de Consumidores.

### 5. Seguimiento y resumen de los proyectos

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

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio sobre Comisiones. Participación en la Adopción de Normas por la CMF.
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Tener interpretación desde la perspectiva de protección al consumidor de la norma de comisiones de la ley N°21.314 que enmarca la futura norma de la CMF, para poder participar del proceso normativo de la CMF relativo a las comisiones.
<b>Recursos asignados</b>	\$5.110.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	Como resultado del proyecto, se generaron distintos documentos de posición que, en su conjunto, permitirán a la asociación de consumidores aportar su mirada, desde la perspectiva de la protección al consumidor, sobre en el Consejo de la Sociedad Civil de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), instancia de la cual es partícipe desde el año 2018.
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Guía para Compra Informada de Luces y Reflectantes Ciclistas.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores Bicicultura ADC
<b>Representante legal</b>	Víctor Hugo Romo Pizarro
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Difusión
<b>Objetivos</b>	Visibilizar socialmente la importancia estratégica y la necesidad que tienen en la vialidad los usuarios vulnerables (sin carrocería protectora) de ser visibles, de hacerse ver e iluminar eficientemente su camino, educando por una parte a los consumidores en la mejor y más eficiente forma de elegir y comprar luces y reflectantes, y por otra a importadores, vendedores, fiscalizadores y consumidores, en las exigencias de la nueva normativa que reglamenta las especificaciones técnicas de los elementos de seguridad para los ciclos y sus ocupantes.
<b>Recursos asignados</b>	\$12.464.068.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo principal del proyecto era visibilizar a los ciclistas, educando por una parte a los consumidores en la mejor forma de elegir luces y elementos reflectantes al momento de la compra; y, por otra, a importadores y vendedores en las exigencias de la nueva normativa que reglamenta las especificaciones técnicas de los elementos de seguridad para las bicicletas y sus ocupantes.</p> <p>El objetivo fue cumplido sin ningún contratiempo, creando una amplia campaña informativa y destacando el alto nivel de actividades comprometidas para ello. En primer lugar, la asociación elaboró una encuesta, la que fue aplicada a 1000 usuarios habituales de la bicicleta, cuyos resultados arrojaron que, si bien, un alto porcentaje de los usuarios consultados valora el uso de las luces como un recurso preventivo de siniestros viales, buena parte de ellos reconoce pedalear, de noche, sin luces; mayoritariamente por "no contar con estos implementos, olvidarlos en casa o tenerlos descargados".</p> <p>En cuanto a la guía, ésta se dispuso a la ciudadanía a través de dos formatos: mediante 1.000 ejemplares impresos que fueron distribuidos a 300 talleres y tiendas de las 16 regiones del país; y mediante el formato afiche, estuvo y se mantiene disponible en el sitio web de la.</p> <p>El proyecto contó, además, con difusión mediante actividades como webinar con presencia de autoridades y expertos; envío de boletines informativos y otras actividades de alto impacto.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio de Calidad de Carne Molida.
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Verificar la calidad nutricional y la inocuidad de carne molida envasada que se comercializa en el país.
<b>Recursos asignados</b>	\$24.584.778.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Para el cumplimiento del objetivo general del proyecto la asociación se fijó una serie de objetivos específicos relacionados con la determinación de contenido de ciertos elementos, tales como nitritos de sodio, proteínas, grasas y sodio entre otros, los cuales, junto con las actividades fueron todos cumplidos.</p> <p>Los resultados más relevantes guardan relación con la detección de un importante número de muestras que superan el porcentaje de grasa señalado en su rotulado, incluso más allá del límite de 10% que señala la ley. También se encontraron excesos de sodio y presencia de patógenos como Salmonella y E.Coli.</p> <p>La información fue cubierta por diversos medios de prensa y además se encuentra disponible en el sitio web de ODECU.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Educación, gestión y capacidad propositiva para enfrentar el endeudamiento de servicios básicos.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación De Consumidores Intercomunal Décima Región - CIDER
<b>Representante legal</b>	Hernán Navarro Alvarado
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Generar conocimiento y capacidad de gestión para asesorar a la comunidad a través de 10 Juntas de Vecinos y construir propuestas validadas técnica y socialmente, por una mesa de trabajo, en cuanto al endeudamiento de los servicios básicos de electricidad domiciliaria, agua potable y alcantarillado.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.420.320.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<p><b>Resultados obtenidos</b></p>	<p>Se desarrolló un análisis mediante el cual se revisaron más de 1000 boletas de servicios básicos de la zona (500 de electricidad y 500 de agua potable) para el levantamiento de información sobre el endeudamiento de la población en servicios básicos, tras lo cual se generó y entregó asesoría a 10 Juntas de Vecinos que acumulaban más de 250 familias endeudadas en sus cuentas de electricidad, entregó más de 1000 cartillas para difusión de derechos del consumidor endeudado y se construyeron propuestas validadas técnica y socialmente a través de una mesa de trabajo con participación del Director Regional de SERNAC, representantes de la Municipalidad de Puerto Montt, de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Puerto Montt y la propia AdC CIDER; en cuanto al endeudamiento de los servicios básicos de electricidad domiciliaria, agua potable y alcantarillado.</p> <p>El proyecto finalizó con la emisión de un programa exclusivo a través del Canal 5 regional con la presentación de los resultados del proyecto.</p>
------------------------------------	---

<p><b>Nombre del Proyecto</b></p>	<p>Percepción ciudadana sobre los servicios básicos en Los Ríos: experiencia post pandemia y desafíos futuros.</p>
<p><b>Asociación Responsable</b></p>	<p>Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL</p>
<p><b>Representante legal</b></p>	<p>Rubén Hernán Parada Pérez</p>
<p><b>Línea del concurso</b></p>	<p>Línea General - Proyecto Individual</p>
<p><b>Categorización</b></p>	<p>Estudio</p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Conocer a través de encuesta online la percepción que la población mayor de 18 años de la Región de Los Ríos tiene sobre los servicios básicos de electricidad, agua potable y telecomunicaciones durante la pandemia, así como indagar el grado de conocimiento sobre sus derechos como usuarios y sus expectativas en el marco del proceso constituyente.</p>
<p><b>Recursos asignados</b></p>	<p>\$7.841.883.-</p>
<p><b>Reintegro efectuado por la AdC</b></p>	<p>\$2.665.-</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo de este proyecto era conocer la percepción que tiene la población de Valdivia, sobre los servicios básicos durante la pandemia e indagar sobre el grado de conocimiento de los derechos que le asiste. Para ello la asociación aplicó una encuesta la cual fue respondida por 320 personas, cuyos resultados fueron puestos a disposición de la ciudadanía a través de la publicación del estudio, así como de la elaboración de un video, los cuales se encuentran actualmente publicados en las redes sociales de la AdC (sitio web y canal de YouTube).</p> <p>En términos generales, los resultados demuestran que, por un lado, el nivel de cumplimiento de las obligaciones que tiene la empresa no es bien percibido; y, por otro, se esperaría que el acceso a los servicios básicos estuviese consagrado en la nueva Constitución. Dado este último punto, es que el informe final del estudio se hizo llegar a los(as) constituyentes y parlamentarios(as) de la región.</p>
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Consumidores de Valdivia se informan acerca de la producción, comercialización y normas relativas al pellet para un consumo responsable en torno a sus deberes y derechos.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
<b>Representante legal</b>	Rubén Hernán Parada Pérez
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Proveer a consumidores y ciudadanía de Valdivia, vinculada al consumo de pellet, información acerca de la producción, comercialización, consumo y normativas relativas al mercado local del pellet, con el fin de fortalecer sus conocimientos para un consumo responsable, libre e informado en el marco de sus derechos y deberes. satisfacción en la adquisición, calidad en la calefacción del hogar.
<b>Recursos asignados</b>	\$11.808.500.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$4.663.-





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El proyecto tenía como objetivo general proveer a consumidores de pellet de Valdivia información acerca de la producción, comercialización, consumo y normativas relativas al mercado local del pellet. Para ello la asociación realizó un estudio, cuyos resultados fueron difundidos a través de diversos medios y, actualmente, se encuentran disponibles en la página web de la organización, mediante la publicación del informe y de un video de 5 minutos de duración.</p> <p>Respecto de este proyecto en particular y más allá de los resultados obtenidos, se destaca el hecho de que no sólo busca dar respuesta a un problema de consumo, sino que además se hace parte de los esfuerzos que otras entidades estatales, tales como el Ministerio del Medio Ambiente, están llevando a cabo para revertir los efectos negativos que el uso de leña húmeda puede provocar en la población. De esta forma, entonces, la sociedad civil organizada también se hace parte de las políticas públicas y contribuye al logro de los objetivos en beneficio de la ciudadanía en general.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Derechos de los consumidores en pandemia: el caso de las compras de e-commerce
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios Nuestro Tiempo
<b>Representante legal</b>	Iván Valdés de la Fuente
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Cooperativo
<b>Categorización</b>	Estudio de investigación
<b>Objetivos</b>	Estudiar cómo se vulneran (o no) los derechos de los consumidores a través de las compras vía E-Commerce en pandemia, identificando falencias y reclamos existentes de acuerdo a distintos rubros del comercio detallista, como también entender la reacción de los consumidores y respuestas de los proveedores.
<b>Recursos asignados</b>	\$14.771.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo del proyecto se orientaba a determinar las eventuales vulneraciones relacionadas con el uso de información o de datos personales de los consumidores.</p> <p>La Asociación realizó 3 actividades: la primera de ellas fue la realización de un estudio a través de la aplicación de una encuesta, la que fue respondida por 450 personas. En segundo lugar, hizo un estudio de la normativa existente y por último un análisis de la política de privacidad de 5 sitios web. Todos los resultados quedaron plasmados en el informe pertinente.</p>
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Implementación de sistema on line de acompañamiento y resolución de controversias FOJUCC
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Consumidoras FOJUCC
<b>Representante legal</b>	Pablo Rodríguez Arias
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Protección
<b>Objetivos</b>	Implementar un sistema digital, a través de la página web de FOJUCC, para el acompañamiento y resolución de controversias en materias de consumo y otras materias regulatorias relacionadas.
<b>Recursos asignados</b>	\$13.817.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	0
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo general del proyecto es implementar un sistema digital, a través de la página web de FOJUCC, para el acompañamiento y resolución de controversias en materias de consumo y otras materias regulatorias relacionadas</p> <p>Para lograr los objetivos la Asociación realizó las siguientes acciones: (1) Sistematizar y crear plan de trabajo y contenidos de sistema on line de atención de casos y soporte web, (2) Crear e implementar plataforma web y sistema on line de recepción y resolución de controversias en consumo, (3) Definir estrategia comunicacional y territorial para su difusión, (4) Realizar marcha blanca en un grupo de consumidores y consumidoras, (5) Realizar lanzamiento virtual y difusión en diferentes plataformas de existencia y utilidad del sistema de casos, y (6) Evaluar la facilidad de manejo y efectividad de la plataforma, como también medir las interacciones que tenga la página web en un plazo de dos semana.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Recreando el plástico, consumo responsable en acción.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé - CHILOEACTIVO
<b>Representante legal</b>	Diela Mercedes Alarcón Solís
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Gestionar residuos derivados del consumo, promoviendo la educación en consumo responsable y economía local mediante la creación de productos reciclados que minimicen, traten y dispongan con utilidad los plásticos desechados en Ancud.
<b>Recursos asignados</b>	\$9.095.451.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$36.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo de este proyecto era promover la educación en consumo responsable y economía local de Ancud, mediante la gestión de los residuos derivados del consumo.</p> <p>Para lograr los objetivos la Asociación adquirió tres máquinas de termofundido y el mismo número de máquinas de coser, a la vez que llevó a cabo 6 talleres, en los cuales además de entregar información sobre la importancia del reciclaje enseñó a reutilizar los plásticos y telas en desuso de modo tal de crear productos con material reciclados. El ciclo de talleres fue registrado mediante 3 cápsulas audiovisuales las que fueron utilizadas para la difusión del trabajo realizado; estas cápsulas están disponibles para los(as) consumidores, mediante las redes sociales de la asociación y además se mostraron en un canal de televisión local. Se destaca que toda la maquinaria adquirida, queda a disposición de la ciudadanía lo que permitirá que ésta siga siendo ocupada, aun cuando el proyecto haya finalizado. Dada la situación sanitaria que afecta a la comuna de Ancud desde varios años producto del cierre del vertedero municipal, 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 mucho más amplio.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Responsabilidad Social y Económica con los adultos mayores en Pandemia
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores de Chile - ASOCOCHI
<b>Representante legal</b>	Marco Antonio Araneda Herrera
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Discutir y analizar, por medio de un seminario, a responsabilidad social y económica con los adultos mayores en pandemia.
<b>Recursos asignados</b>	\$5.220.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	Este proyecto tenía como eje central la realización de un seminario a objeto de abordar la responsabilidad social y económica de los adultos mayores. La actividad fue llevada a cabo el día 12 de octubre en dos horarios, lo que permitió llegar a un número de personas más alto que el contemplado originalmente. Los grupos fueron divididos por rango etario, dirigiendo el seminario de la mañana a alumnos de la carrera de trabajo social y el de la tarde a adultos mayores que era el pensado en una primera instancia.
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Análisis, con enfoque de género, del acceso y uso de plataformas digitales de niños, niñas y adolescentes de la región del Biobío
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUCC
<b>Representante legal</b>	Pablo Rodríguez Arias
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio y difusión
<b>Objetivos</b>	Analizar el acceso y uso de las plataformas digitales que hacen niños, niñas y adolescentes de la región del Biobío, con un enfoque de género.
<b>Recursos asignados</b>	\$5.284.800.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era analizar el acceso y uso de las plataformas digitales que hacen niños, niñas y adolescentes (NNA) de la región del Biobío, con un enfoque de género. Para lo anterior, la AdC se propuso realizar un estudio a objeto de elaborar un manual educativo y piezas gráficas de difusión. Tanto los objetivos como las distintas actividades propuestas por la organización fueron cumplidas a cabalidad y en ese sentido junto con el informe que da cuenta de los resultados del estudio, generaron distinto material como mensajes radiales, merchandising relacionado con el proyecto (llaveros, stickers, bolsas de género), dípticos, afiches, etc. Respecto del estudio propiamente tal y más allá de los resultados obtenidos, uno de los aspectos que más preocupa es el alto porcentaje de adultos a cargo de los NNA que desconoce los términos y condiciones de uso de las plataformas que utilizan los menores, lo que implica que no están al tanto de las edades mínimas de uso de dichas plataformas, el material que se exhibe, la información que se proporciona y por tanto, todo lo que ello puede conllevar.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Conociendo la fijación de Tarifas de Agua potable domiciliaria
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores de Chile - ASOCOCHI
<b>Representante legal</b>	Marco Antonio Araneda Herrera
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Realizar y seguir haciendo gestiones para la participación efectiva de las AdC en este proceso de conocer y ser un participante activo en el proceso de fijación de tarifas de aguas y servicios asociados para el periodo.
<b>Recursos asignados</b>	\$7.425.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	Este proyecto tenía como objetivo principal, conocer el funcionamiento del proceso de fijación tarifaria de los servicios básicos domiciliarios y realizar gestiones para participar de dicho proceso. En lo que respecta a saber cómo funciona este proceso, la asociación realizó una investigación que culminó en la elaboración de un informe que abarcó diversas aristas, siendo las más relevantes una parte técnica, que describe en base a una serie de cálculos matemáticos cómo se fijan las tarifas y una parte más práctica, que buscó entregar información más sencilla de aspectos tales como el marco normativo o la definición de conceptos. La información aquí recabada fue puesta en conocimiento de 33 consumidores, a quienes se les dictó un taller los días martes 7 y jueves 9, ambos del mes de diciembre. En cuanto a la instancia de participación que la ley les otorga a las asociaciones de consumidores, no es factible verificar la participación de la organización en esta instancia.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Laboratorio de pesos y medidas de productos de consumo
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBIO
<b>Representante legal</b>	Arturo Espinoza Brower
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Verificar el cumplimiento del peso indicado en envase de distintos productos y difusión de resultados y recomendaciones.
<b>Recursos asignados</b>	\$11.541.348.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	Las metas propuestas por la asociación en este proyecto fueron alcanzadas dentro de los plazos establecidos. Se hizo el análisis de algunos productos que se vende en el comercio establecido de la región del Biobío, tales como pescado congelado, aceite envasado, arroz, etc. En algunos casos se encontraron diferencias de peso, entre lo informado en el envase y lo contrastado, hecho que fue puesto en conocimiento del SERNAC regional y otras autoridades competentes. Sobre la base de los hallazgos se elaboraron dípticos, los que fueron distribuidos a la comunidad local así como además se generaron cápsulas educativas que se encuentran disponibles en las redes sociales de la asociación.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Calidad de producto del Atún en lata, en agua, en Chile
<b>Asociación Responsable</b>	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
<b>Representante legal</b>	Hernán Calderón Ruiz
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Analizar la seguridad y calidad nutricional, así como la veracidad de la información al consumidor, del atún enlatado en agua vendido en la Región Metropolitana, con la finalidad de informar y educar a los consumidores.
<b>Recursos asignados</b>	\$16.089.500.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era realizar un estudio sobre la calidad y la información del etiquetado del atún en lata. Para lo anterior, la asociación llevó a cabo diversos análisis los cuales quedaron plasmados en un informe el cual fue dado a conocer la opinión pública mediante diversas notas de prensa, 4 infografías y un cuadernillo. La información además se encuentra disponible en el sitio web de CONADECUS.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Servicio de Información y Apoyo a Consumidores SIIACU XVI
<b>Asociación Responsable</b>	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
<b>Representante legal</b>	Hernán Calderón Ruiz
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Protección y difusión
<b>Objetivos</b>	Asesorar, informar, y educar a los consumidores acerca de sus derechos y deberes en conformidad con las normas que regulan las relaciones de consumo en Chile.
<b>Recursos asignados</b>	\$50.329.978.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo general de este proyecto, era asesorar, informar, y educar a los consumidores acerca de sus derechos y deberes en conformidad con las normas que regulan las relaciones de consumo en Chile. Para lo anterior, la asociación se propuso una serie de objetivos específicos y actividades, los cuales fueron todos cumplidos. Respecto de las atenciones efectuadas, al alero del proyecto se atendieron 285 consultas y 887 reclamos, los cuales fueron gestionados con el proveedor de manera directa o bien a través de mediaciones.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Aprendiendo sobre el Consumo Responsable e Industria de la Moda a través del uso de tecnologías
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Ciudadana de consumidores informados y Organizados - ACCIÓN CONSUMIDORES
<b>Representante legal</b>	Nelson Rodrigo Pérez Aravena
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Objetivos</b>	Entregar herramientas para generar un consumo responsable, problematizando los diversos aspectos ambientales que se derivan de la industria de la moda, con el fin de incorporar las mejores prácticas en lo cotidiano, consejos prácticos y aspectos claves que ayuden a generar conciencia.
<b>Recursos asignados</b>	\$11.500.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$145.922.-
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era entregar herramientas para generar un consumo responsable, problematizando los diversos aspectos ambientales que se derivan de la industria de la moda y de este modo hacer que los consumidores(as) incorporasen mejores prácticas en lo cotidiano y obtuviesen consejos prácticos, así como aspectos claves que ayuden a generar conciencia. Para esto, la organización realizó 8 podcast de 15 minutos aproximadamente cada uno y además generó infografías ilustradas por cada capítulo. Tanto los podcast como las infografías se encuentran disponibles en el sitio web de la asociación, así como en las plataformas YouTube y Spotify.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Portabilidad financiera
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Cooperativo
<b>Categorización</b>	Cooperativo
<b>Objetivos</b>	Evaluar el nivel de conocimiento de los alcances prácticos de la ley 21.236 (portabilidad financiera) de modo de identificar brechas a remediar vía actividades de difusión y educación financiera.
<b>Recursos asignados</b>	\$14.871.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<p><b>Resultados obtenidos</b></p>	<p>El objetivo del proyecto era evaluar el nivel de conocimiento de la ley de portabilidad financiera mediante la realización de un estudio y de este modo diseñar actividades de difusión que permitiesen educar a los consumidores en este tema. Fue postulado como proyecto cooperativo y llevado a cabo por dos asociaciones, ODECU y ACU Nuestro tiempo; el resultado de esta iniciativa fue un estudio que se hizo sobre la base de 500 encuestados y que quedó a disposición de la opinión pública y además fue entregado a los miembros del Consejo de la Sociedad Civil de la Comisión para el Mercado Financiero, organismo del cual la AdC titular forma parte. Si bien se obtuvo bastante información relacionada con el tema abordado, uno de los aspectos más relevantes es que el estudio dio cuenta que sólo aquellas personas de mayores ingresos estarían aprovechando la instancia de la portabilidad. Atendido el hecho de que además las instituciones financieras pueden presentar barreras de entrada, en la práctica la portabilidad ha operado como un instrumento selectivo y por lo tanto discriminatorio para la mayoría de los clientes financieros del país.</p>
------------------------------------	--

<p><b>Nombre del Proyecto</b></p>	<p>Evaluación de impacto de las Farmacias Municipales</p>
<p><b>Asociación Responsable</b></p>	<p>Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS</p>
<p><b>Representante legal</b></p>	<p>Armando Andrés Bustos González</p>
<p><b>Línea del concurso</b></p>	<p>Línea General - Proyecto Individual</p>
<p><b>Categorización</b></p>	<p>Estudio</p>
<p><b>Objetivos</b></p>	<p>Evaluar el impacto en el gasto de bolsillo de los ciudadanos en Chile, mediante la comparación de precios de medicamentos de distintas farmacias municipales respecto a los valores de otras farmacias (de cadena e independientes)</p>
<p><b>Recursos asignados</b></p>	<p>\$5.590.000.-</p>
<p><b>Reintegro efectuado por la AdC</b></p>	<p>\$390.000.-</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era evaluar el impacto en el presupuesto de los ciudadanos en Chile, mediante la comparación de precios de medicamentos de distintas farmacias municipales respecto a los valores de otras farmacias, fuesen estas de cadena o independientes. Los resultados obtenidos demuestran que existen grandes diferencias de precios, los que pueden llegar hasta un 2.000% y por tanto las farmacias municipales, son una real alternativa para disminuir el gasto que realizan las familias chilenas, por la compra de medicamentos. Esta información fue dada a conocer a la ciudadanía mediante una charla en vivo, la que también quedó a disposición de la comunidad en las redes sociales de la asociación. Así mismo generaron un informe y un video, que explica cómo funcionan las denominadas farmacias comunales y las ventajas de adquirir medicamentos en este tipo de locales.
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Constitucionalización de los Derechos de los Consumidores
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCIÓN CONSUMIDORES
<b>Representante legal</b>	Nelson Rodrigo Pérez Aravena
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio de investigación
<b>Objetivos</b>	Hacer una investigación elaborando un informe digital, para obtener una mirada general, en varios ámbitos, sobre la constitucionalización de los derechos del consumidor. Estudiar la literatura académica, la opinión de especialistas en el área, revisar experiencias de otros países (comparado), los proyectos de ley que lo han intentado regular, y la opinión de estudiantes universitarios. Asimismo, tiene por objeto informar a la ciudadanía, en este caso a la Convención Constituyente y los estudiantes universitarios sobre los resultados de la investigación realizada.
<b>Recursos asignados</b>	\$11.475.995.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$89.140.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo de este proyecto era realizar una investigación sobre la constitucionalización de los derechos del consumidor a objeto informar a la ciudadanía y a la Convención Constituyente sobre los resultados obtenidos. Para lo anterior la asociación se propuso llevar a cabo varias actividades, tales como estudiar la literatura existente, recoger la opinión de especialistas en el área y hacer un estudio comparado de la experiencia de otros países entre otras.</p> <p>Tanto el objetivo como las principales actividades contempladas fueron cumplidas. La investigación realizada quedó plasmada en un estudio bastante completo, que mediante la metodología ya señalada da cuenta de la importancia de reconocer estos derechos en la Constitución y considerarlos de este modo en la esfera de los derechos fundamentales.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Preparación antecedentes PVC Mundo Pacifico
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBIO
<b>Representante legal</b>	Arturo Espinoza Brower
<b>Línea del concurso</b>	Estudios PVC
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Obtener antecedentes relevantes y suficientes para deducir denuncias fundadas y solicitar el inicio de un procedimiento voluntario para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores, regulado en el párrafo 4° del Título IV de la ley N° 19.496.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.200.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo de este proyecto era recabar antecedentes para evaluar la posibilidad de presentar un Procedimiento Voluntario Colectivo (PVC) en contra de la empresa de cable e internet "Pacífico cable SPA". El objetivo fue cumplido, toda vez que mediante correo electrónico enviado a la Subdirección de PVC, la asociación presentó antes el SERNAC el informe pertinente y todos los antecedentes, quedando en manos de este último el análisis que permita determinar si esta denuncia es viable y los consiguientes pasos a seguir.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Representación Interés Individual de Consumidores CEDECU
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores Centro de Estudios del Derecho del Consumidor y Usuario - CEDECU
<b>Representante legal</b>	Carlos Samur Henríquez
<b>Línea del concurso</b>	Representación Individual
<b>Categorización</b>	Protección al consumidor a través de representación de causas individuales
<b>Objetivos</b>	Interponer juicios en defensa del interés individual de aquellos casos de consumidores que ingresan reclamos al Servicio Nacional de Consumidor en su página web institucional y que son derivados y aceptados por las asociaciones.
<b>Recursos asignados</b>	\$43.000.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$14.246.522.-
<b>Resultados obtenidos</b>	La Asociación de Consumidores aceptó 40 casos de consumidores cuyos reclamos ante SERNAC no fueron acogidos por el proveedor, para su representación judicial en las regiones del Maule, Ñuble y Biobío.  Debido a que los tiempos de la tramitación judicial exceden al año calendario, el proyecto se extiende en su ejecución al año 2022, durante el cual la Asociación continuará representando a los consumidores beneficiarios ante los respectivos Juzgados de Policía Local.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Línea de Representación Individual
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios De Chile - AGRECU
<b>Representante legal</b>	Andrés Parra Vergara
<b>Línea del concurso</b>	Representación Individual
<b>Categorización</b>	Protección al consumidor a través de representación de causas individuales



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Objetivos</b>	Interponer juicios en defensa del interés individual de aquellos casos de consumidores que ingresan reclamos al Servicio Nacional de Consumidor en su página web institucional y que son derivados y aceptados por las asociaciones.
<b>Recursos asignados</b>	\$16.997.890.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$4.533.804.-
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>La Asociación de Consumidores aceptó 14 casos de consumidores cuyos reclamos ante SERNAC no fueron acogidos por el proveedor, para su representación judicial en la Región Metropolitana.</p> <p>Debido a que los tiempos de la tramitación judicial exceden al año calendario, el proyecto se extiende en su ejecución al año 2022, durante el cual la Asociación continuará representando a los consumidores beneficiarios ante los respectivos Juzgados de Policía Local.</p>

<b>Nombre del Proyecto</b>	Representando tus derechos en La Araucanía 2.0
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur - CDS
<b>Representante legal</b>	Richard Caamaño Oyarzun
<b>Línea del concurso</b>	Representación Individual
<b>Categorización</b>	Protección al consumidor a través de representación de causas individuales
<b>Objetivos</b>	Interponer juicios en defensa del interés individual de aquellos casos de consumidores que ingresan reclamos al Servicio Nacional de Consumidor en su página web institucional y que son derivados y aceptados por las asociaciones.
<b>Recursos asignados</b>	\$12.550.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$3.031.958.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>La Asociación de Consumidores aceptó 16 casos de consumidores cuyos reclamos ante SERNAC no fueron acogidos por el proveedor, para su representación judicial en la Región Metropolitana.</p> <p>Debido a que los tiempos de la tramitación judicial exceden al año calendario, el proyecto se extiende en su ejecución al año 2022, durante el cual la Asociación continuaría representando a los consumidores beneficiarios ante los respectivos Juzgados de Policía Local. No obstante, una persistente falta de respuesta de la Asociación a los requerimientos de la Coordinación General del Fondo sobre el seguimiento y ejecución del proyecto derivaron en el término anticipado del proyecto, el cobro de la garantía correspondiente y a la solicitud de reintegro total de los recursos adeudados por la Asociación.</p>
-----------------------------	---

## **Capítulo V Segundo Concurso Público de Proyectos 2021**

### **1. Bases del Concurso y monto a entregar.**

El texto de las Bases que reguló el Segundo Llamado a concurso del año 2021 fue aprobado por el Consejo de Administración del Fondo mediante Acuerdo N°120; y formalizadas mediante Resolución Exenta N°583, de 06 de agosto de 2021, del Servicio Nacional del Consumidor.

El llamado a concurso contó con un presupuesto total disponible de **\$205.811.489.- (doscientos cinco millones ochocientos once mil cuatrocientos ochenta y nueve pesos)**. En esta ocasión se recibieron **37** proyectos y de este total **23 iniciativas** recibieron financiamiento, beneficiando de este modo a **12 asociaciones**.

### **2.- Límites de postulaciones y financiamiento.**

El acuerdo N°120, firmado por este Consejo en agosto del año 2021, estableció las condiciones según las cuales cada asociación podía presentar los proyectos, así como en los montos a recibir. En esa lógica, los criterios fueron los siguientes:

- Líneas de postulación:
  - Una primera Línea para postulación de proyectos de carácter general, pudiendo ser estos individuales o cooperativos.
  - Una segunda Línea para proyectos de mediación en línea.
  - No se abrirá Línea Nacional por no existir AdC's con dicha calificación.
  - No se abrirá Línea de representación.
- Cantidad máxima de proyectos:
  - Línea General: 5 proyectos por asociación. Dado que en esta línea se contempla la posibilidad de postular con proyectos individuales o cooperativos, en caso de optar por la última alternativa, una misma AdC sólo podrá ser titular de un máximo de 2 iniciativas.
  - Modalidad mediación en línea: 1 proyecto por AdC.
- Monto mínimo de postulación, por proyecto: \$3.000.000.-
- Monto máximo de financiamiento, por asociación: hasta \$50.000.000.-

### **3.- Bonificaciones y Descuentos**

Las Bases del Segundo Llamado a concurso 2021, establecieron que recibirían 5 puntos de bonificación aquellas asociaciones que, a la fecha de postulación, no hubiesen contado con proyectos financiados en el marco de anteriores llamados del Fondo. Así mismo, aquellos proyectos, de la línea general, orientados a la participación de Asociaciones de Consumidores en procesos de fijación tarifaria eléctrica, también estuvieron en condiciones de recibir la bonificación señalada.

En contrapartida, sería motivo de descuento de 5 puntos los proyectos que no hubieran cumplido, dentro del plazo de postulación, con la presentación de todos los antecedentes requeridos en las bases de concurso para la postulación,





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

solicitándose complemento de tales antecedentes durante la etapa de examen de admisibilidad de proyectos.

### 4. Desarrollo del segundo llamado a concurso

De acuerdo a la convocatoria pública y bases de concurso, el plazo de postulación de proyectos al Concurso comprendió entre las 00:00 horas del miércoles 11 de agosto hasta las 23:59 horas del martes 07 de septiembre de 2021, admitiéndose proyectos de manera exclusiva a través de la plataforma [www.fondos.gob.cl](http://www.fondos.gob.cl).

Según consta en el Acta de Recepción de este Llamado, el Consejo recibió un total de 37 postulaciones, de Asociaciones ubicadas en las regiones Metropolitana, Del Maule, Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.

Mediante el acuerdo N°121 del Consejo de Administración del Fondo Concursable, estableció el financiamiento de 23 iniciativas presentadas por 12 Asociaciones de Consumidores.

### 5. Seguimiento y resumen de los proyectos

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

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio: Derechos de los consumidores en la industria del Delivery
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Examinar el cumplimiento de las normas relativas a cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y condiciones generales de contratación y garantía, en comercio electrónico por parte de aplicaciones de delivery relevantes (Uber Eats, Pedidos Ya, Rappi y Cornershop)
<b>Recursos asignados</b>	\$4.580.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era examinar el cumplimiento de las normas relativas a cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y condiciones generales de contratación y garantía, en comercio electrónico por parte de aplicaciones de delivery relevantes (Uber Eats, Pedidos Ya, Rappi y Cornershop). Para ello, la asociación se fijó una serie de objetivos específicos los cuales, junto con las actividades previstas, fueron todos cumplidos. Las conclusiones sobre este análisis versaron sobre temas tales como el servicio de compra, de envío, la membresía, etc.
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Calidad de Producto de Helado de Chocolate
<b>Asociación Responsable</b>	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
<b>Representante legal</b>	Hernán Calderón Ruiz
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Analizar la seguridad y calidad nutricional, así como la veracidad de la información al consumidor, del helado de chocolate (sin alcohol u otro producto añadido) vendido en Santiago, para informar y educar a los consumidores.
<b>Recursos asignados</b>	\$18.335.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>La asociación llevó a cabo una serie de análisis los cuales quedaron plasmados en un estudio que fue dado a conocer a la opinión pública mediante diversas notas de prensa e infografías. Si bien todos los resultados arrojan que los productos analizados se encuentran dentro de la norma, la gran cantidad de elementos que se utilizan en su elaboración, transforma a estos helados en un alimento ultraprocesado y sin ningún aporte saludable. Así mismo, dentro de la Ley de Alimentos y el Manual de Etiquetado, uno de los aspectos más relevantes es el sello "Alto en". Esta clasificación es más exigente en los alimentos líquidos que en los sólidos y respecto de este punto, se observó que cinco de las marcas estudiadas etiquetan la información en mililitros y las otras cinco en gramos, vale decir, como un producto sólido, lo que atenta contra el espíritu de la normativa.</p> <p>La información fue cubierta por diversos medios de prensa y además se encuentra disponible en el sitio web de CONADECUS.</p>
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio de calidad Nutricional de los Huevos de Gallina
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	El objetivo general de este proyecto es el de verificar la inocuidad y la calidad nutricional de las distintas marcas de huevo que se comercializan en el país.
<b>Recursos asignados</b>	\$15.207.519.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$165.464.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo del proyecto era verificar inocuidad y la calidad nutricional de las distintas marcas de huevos de gallina que se comercializan en el país; para ello, la asociación hizo una serie de análisis relacionados con el estudio de proteínas, grasas, perfil de ácidos grasos, colesterol y sodio. Si bien los resultados dan cuenta de algunas diferencias entre lo publicitado y el análisis efectuado, la falta más grave se estaría dando en aquellos productos que publicitan contenido de omega 3, toda vez que este componente está muy por debajo del informado.</p> <p>La información fue cubierta por diversos medios de prensa y además se encuentra disponible en el sitio web de ODECU.</p>
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	ACOVAL EN ACCIÓN: Difusión y asesoría de los derechos de las y los consumidores
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
<b>Representante legal</b>	Rubén Hernán Parada Pérez
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Protección y difusión
<b>Objetivos</b>	Desarrollar acciones que permitan informar, ayudar y orientar a las y los consumidores de Valdivia para el ejercicio de sus derechos y deberes como consumidor
<b>Recursos asignados</b>	\$9.822.237.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo del proyecto, era informar y orientar a los consumidores de Valdivia respecto de los derechos y deberes que la ley del consumidor les otorga. Para lo anterior, la asociación llevó a cabo una serie de acciones, que implicaron la atención de 100 consumidores y diversas actividades de difusión tales como la realización de 5 programas de radio, 162 publicaciones de temas financieros en redes sociales, 86 notas de prensa y la edición de un video de 4 minutos de duración, en el que se presentan una serie de situaciones a objeto de ejemplificar vulneraciones a la ley.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Vecinos de Valdivia se capacitan e informan sobre el consumo de energía para calefacción: artefactos, eficiencia energética de viviendas y políticas públicas vinculadas a leña y pellet.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
<b>Representante legal</b>	Rubén Hernán Parada Pérez
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Desarrollar y aplicar un programa de educación y difusión con la ciudadanía de Valdivia, en torno al consumo responsable de los biocombustibles, eficiencia energética en las viviendas, y actuales políticas públicas que inciden en el consumo de energía para calefacción
<b>Recursos asignados</b>	\$7.770.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$4.663.-
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El proyecto tenía como objetivo principal, educar y entregar información relacionada con el consumo responsable de los biocombustibles, eficiencia energética en las viviendas, y actuales políticas públicas que inciden en el consumo de energía para calefacción. Para ello, la asociación llevó a cabo 10 talleres mediante los cuales realizaron la difusión de la información, generando además 3 afiches para que estos circularan a través de las redes sociales. Los talleres fueron sistematizados a través de un documento muy completo, que, junto con recabar la información obtenida de las actividades efectuadas, recogió la opinión de los asistentes.</p> <p>Este proyecto, al igual que otro presentado por la AdC y que ahonda en uno de los temas aquí tratados, se presenta como un aporte a la comunidad de Valdivia y a los esfuerzos que están realizando otras instituciones gubernamentales tales como el MINVU o el Ministerio de Energía desde hace ya unos años y que tienen como objetivo principal por un lado, aunar esfuerzos para combatir la contaminación ambiental producto del uso de leña húmeda y por otro, ayudar a la economía de las familias de esta región que destinan una parte importante de su presupuesto mensual a calefaccionar sus hogares. En ese sentido, la información proporcionada mediante los talleres abordó temas como la "pobreza energética" que se produce dada la mala aislación térmica y el buen uso de los combustibles.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	En Navidad, cuido mi economía en forma responsable.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBIO
<b>Representante legal</b>	Arturo Espinoza Brower
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Crear conciencia, entre los adultos mayores, para un consumo responsable en Navidad
<b>Recursos asignados</b>	\$6.960.672.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	hicieron entrega de dípticos y de un suplemento que circuló con el diario "El Pregón". La entrega se hizo de manera presencial, mediante la participación de la AdC en una actividad denominada "Feria por un Consumo Seguro", que es organizada por el SERNAC y que se llevó a cabo en la Plaza Independencia el día 24 de noviembre en horas de la mañana, la cual contó con la presencia de otras instituciones públicas que integran la "Mesa Regional de Seguridad del Producto". En la actividad también estuvieron presentes el Seremi de Economía y el Director del SERNAC y fue cubierta por medios de prensa local. Se cumple, así, el principal objetivo definido para el proyecto.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Interpretación práctica de la normativa de la garantía legal y su modo de integración con la garantía voluntaria.
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Cooperativo
<b>Categorización</b>	Difusión
<b>Objetivos</b>	Formular interpretación práctica de la normativa de la garantía legal y su modo de integración con la garantía voluntaria
<b>Recursos asignados</b>	\$9.230.000.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El proyecto tenía como objetivo, formular interpretación práctica de la normativa de la garantía legal y su modo de integración con la garantía voluntaria. Producto de ello se elaboró un documento interpretativo de la nueva normativa de la garantía legal en los términos ya indicados, que detalló aquellos aspectos problemáticos resueltos por la reforma proconsumidor, y aquellos que persisten. Se destaca del proyecto, que si bien el documento elaborado usa términos bastantes técnicos, también se elaboró material para los consumidores que entrega la información pero en un lenguaje mucho más ciudadano.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Consumo desinformado de proteínas en alimentos 2021
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU
<b>Representante legal</b>	Daniel Parra
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Información-Difusión
<b>Objetivos</b>	Implementar un ciclo de difusión e información a los consumidores respecto de los riesgos de consumir libremente alimentos funcionales altos en proteínas, los que si bien están diseñados y son eficientes para un porcentaje de la población, específicamente para aquellos adultos sanos y aquellos que practican deportes y/o vida fitness , no resultan inofensivos ni beneficiosos para un porcentaje de la población chilena, como son los adultos con morbilidad metabólica, ya sea con diagnóstico de diabetes mellitus o con enfermedades renales crónicas.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.270.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$208.986.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	El principal objetivo propuesto por la AdC, que consistía en la implementación de un ciclo de difusión e información a los consumidores respecto de los riesgos de consumir libremente alimentos altos en proteínas fue cumplido sin inconvenientes. La asociación implementó 4 talleres bajo modalidad online, en los cuales abordaron temas tales como que son las proteínas, cómo consumirlas para obtener su beneficio, el marketing que rodea a los alimentos fortificados con este elemento y para qué tipo de personas podría ser perjudicial su consumo en exceso. Junto con los talleres hubo una serie de acciones complementarias, tales como sesiones con una nutricionista o elaboración de un recetario, lo que se ejecutó en su totalidad.
-----------------------------	---

<b>Nombre del Proyecto</b>	Información de los nuevos derechos de los consumidores
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCIÓN CONSUMIDORES
<b>Representante legal</b>	Rodrigo Pérez Aravena
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación-difusión
<b>Objetivos</b>	informar, educar, orientar y difundir a los consumidores de los más importantes nuevos cambios introducidos por la nueva normativa que regula los derechos de los consumidores, por el proyecto de ley Boletín 12.409-13, que está por ser ley
<b>Recursos asignados</b>	\$9.400.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$48.764.-
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del presente proyecto era dar a conocer a los consumidores, los cambios más importantes que el proyecto de Ley Pro Consumidor introduciría en la normativa. Para la anterior la asociación generó 8 infografías, las fueron difundidas mediante redes sociales y a través de un taller vía Twitter Space. Todas las actividades comprometidas por la asociación fueron ejecutadas y respecto del material generado, éste se aprecia muy didáctico y que explica los nuevos derechos con un lenguaje sencillo y por tanto de fácil comprensión.





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Servicio de Atención al Consumidor - SAC
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU AC
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Protección y difusión
<b>Objetivos</b>	Implementar un Servicio de Atención al Consumidor que suministre información útil para la toma de decisiones en las actividades de consumo, y brinde orientación y asesoría para resolver conflictos derivados de dichas actividades.
<b>Recursos asignados</b>	\$10.149.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El proyecto cumplió con los objetivos trazados mediante la disposición permanente de su sitio web y contenidos desarrollados para ella, así como la disposición de ejecutivos de atención que brindan asesoría directa a los Consumidores y gestionan las acciones derivadas de los reclamos, consultas o solicitudes que los consumidores interponen antes ODECU.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Lo que debemos saber de la nueva ley 21.320 que protege los Derechos del Consumidor
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores de Chile - ASOCOCHI
<b>Representante legal</b>	Marco Antonio Araneda
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Información-difusión
<b>Objetivos</b>	El objetivo de este proyecto es entregar información a estos adultos mayores que pertenece a 8 Clubes de adultos mayores (CAM) en cuanto a las modificaciones que nos trae esta nueva ley 21.320 que viene a modificar la ley 19.946 denominada Ley del Consumidor.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.175.000.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo de este proyecto era informar a adultos mayores pertenecientes a 8 Clubes de adultos mayores, sobre las modificaciones a la ley de Consumidor. Para lo anterior, la asociación dictó 8 talleres, llegando de este modo a 112 personas.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio sobre consumo en ferias libre en Valdivia y su relación con los derechos y deberes del consumidor.
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
<b>Representante legal</b>	Rubén Hernán Parada Pérez
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Comprender las motivaciones de los consumidores de la ciudad de Valdivia para acudir a las Ferias Libres y cómo son respetados sus derechos en este contexto
<b>Recursos asignados</b>	\$8.146.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo de este proyecto era investigar sobre las motivaciones de los consumidores de la ciudad de Valdivia para acudir a las Ferias Libres y si los derechos del consumidor eran respetados. Para ello la AdC realizó un estudio, mediante el cual caracterizó social y económicamente a los consumidores de estas ferias, y determinó qué derechos eran los vulnerados con mayor frecuencia, proponiendo líneas de acción en beneficio de la promoción y defensa de los derechos y deberes. De acuerdo a lo resultados obtenidos, los principales derechos vulnerados fueron la libre elección de bienes (46,4%) y el derecho a la no discriminación (24,1%), antecedentes que serán incorporados en el trabajo futuro de la asociación en el ámbito de la protección y educación.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Medición de precios de la canasta básica familiar en Chiloé
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé - CHILOEACTIVO
<b>Representante legal</b>	Diela Mercedes Alarcón Solís
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Identificar el precio de la canasta básica familiar en las ciudades de Ancud, Castro y Quellón, región de Los Lagos.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.768.326.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$290.841.-
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto tal como el nombre lo indica era identificar el precio de la canasta básica familiar en las ciudades de Ancud, Castro y Quellón, región de Los Lagos. En ese sentido, tanto el objetivo central como las actividades propuestas por la asociación fueron realizadas dentro del plazo propuesto, quedando expuestos los resultados de la investigación en un estudio, el que en términos generales demostró que en Chiloé el gasto de la canasta básica es significativamente más alto que a nivel nacional; esto conlleva no sólo a una pérdida de poder adquisitivo, sino que además genera otras consecuencias como que por ejemplo las familias del archipiélago opten por alimentos de más baja calidad, aumentando así los índices de malnutrición y la deficiencia de nutrientes.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Voy a comprar y vuelvo. Juego de Educación Financiera para Adultos Mayores
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío - ARCAM BIOBIO
<b>Representante legal</b>	Arturo Espinoza Brower
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Difusión



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Objetivos</b>	Crear un juego de mesa, especialmente diseñado para adultos mayores, con el fin de difundir los derechos y deberes que entrega la Ley del Consumidor, además de nociones básicas de educación financiera
<b>Recursos asignados</b>	\$8.850.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto, fue difundir los derechos y deberes del consumidor a través de la creación de un juego de mesa. El público objetivo al cual se apuntaba eran los adultos mayores y en ese sentido los objetivos fueron cumplidos, lo cual es destacable, ya que al ser un proyecto que fue financiado con recursos del segundo llamado a concurso, no contó con mucho tiempo para su ejecución.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Cocina Sustentable y Consumo Responsable
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados - ACCIÓN CONSUMIDORES
<b>Representante legal</b>	Rodrigo Pérez Aravena
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Información -difusión
<b>Objetivos</b>	Entregar conocimientos e implicancias sobre cómo nos alimentamos y como esto se entrelaza con el cambio climático y el consumo responsable, con el fin de que las personas puedan adquirir los conocimientos necesarios para poder ejercer desde sus propios espacios una alimentación consciente
<b>Recursos asignados</b>	\$7.474.772.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$240.711.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Resultados obtenidos</b>	La asociación creó un libro digital de casi 70 páginas, dividido en 4 capítulos y un apartado especial para recetas saludables el libro fue difundido mediante las redes sociales de la asociación a través de 3 infografías especialmente diseñadas para ello y además el lanzamiento fue cubierto por medios de prensa (El Desconcierto, Radio Guayacán de la Serena, una entrevista en el programa Cadena Nacional en VIA X. A su vez, se realizó un Live por Instagram de Chilevisión Noticias.). Por último y como parte de las actividades propuestas, se llevaron a cabo 2 talleres de difusión, los que se ejecutaron presencialmente y bajo la modalidad online, los días 13 y 14 de diciembre respectivamente.
-----------------------------	--

<b>Nombre del Proyecto</b>	Encuesta de precios de alimentos en la ciudad de Puerto Montt
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores Intercomunal Décima Región - CIDER
<b>Representante legal</b>	Hernán Navarro Alvarado
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Medir la variación de los precios de una canasta fija de alimentos que represente el gasto promedio de los hogares en los canales de comercialización del tipo supermercados y mercados de frutas y hortalizas que sirva como referencia del costo de la vida en la comuna.
<b>Recursos asignados</b>	\$8.160.540.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$8.160.540.-
<b>Resultados obtenidos</b>	PROYECTO SIN EJECUCIÓN.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Protección de datos personales: ¿hay espacios para una mejor regulación?
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios Nuestro Tiempo - ACU NUESTRO TIEMPO
<b>Representante legal</b>	Iván Valdés de la Fuente



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Línea concurso del</b>	Línea General - Proyecto Cooperativo
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Estudiar si se vulneran (o no) los derechos de los consumidores a través del uso de información o datos personales. Además de la revisión de términos y condiciones/política de privacidad de las principales paginas transaccionales de uso de los consumidores (o) las más reclamadas según SERNAC a la luz de la pauta de interpretación derivada del 15 bis.
<b>Recursos asignados</b>	\$10.531.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$17.188.-
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo del proyecto era determinar las eventuales vulneraciones relacionadas con el uso de información o de datos personales de los consumidores. Para ello la AdC realizó 3 actividades: la primera de ellas fue la realización de un estudio a través de la aplicación de una encuesta, la que fue respondida por 450 personas. En segundo lugar, hizo un estudio de la normativa existente y por último un análisis de la política de privacidad de 5 sitios web. Todos los resultados quedaron plasmados en el informe pertinente.

<b>Nombre Proyecto del</b>	Niñez y Sociedad de Consumo: campaña de información sobre buenas prácticas de consumo responsable en contexto de pandemia
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia - ACOVAL
<b>Representante legal</b>	Rubén Hernán Parada Pérez
<b>Línea concurso del</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Difusión
<b>Objetivos</b>	Desarrollar una campaña comunicacional de información y orientación a las familias con niñas, niños y adolescentes menores de 15 años sobre buenas prácticas para el consumo responsable en contexto de pandemia por covid-19 que residen en las distintas comunas que componen la Provincia de Valdivia
<b>Recursos asignados</b>	\$8.163.797.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$286.784.-
<b>Resultados obtenidos</b>	Proyecto muy bien ejecutado el que cumplió con todas las actividades y productos comprometidos. De los antecedentes aportados destacan las reuniones de programación y seguimiento, lo que se condice con los resultados obtenidos.

<b>Nombre del Proyecto</b>	Estudio y Práctica de los procedimientos de consumo en tribunales
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU
<b>Representante legal</b>	Daniel Parra
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Individual
<b>Categorización</b>	Educación
<b>Objetivos</b>	Este proyecto tiene como objetivo guiar a personas de distintos niveles educativos para que puedan enfrentar el procedimiento judicial derivados de infracciones al derecho del consumo en tribunales de policía local a partir de: Un documento informativo que explique de manera sencilla pero detallada como desarrollar una audiencia de conciliación, contestación y prueba por infracciones a la Ley N°19.496 Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.
<b>Recursos asignados</b>	\$9.020.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$185.391.-
<b>Resultados obtenidos</b>	El objetivo de este proyecto era entregar herramientas a aquellas personas que recurren a los juzgados de policía local en defensa de sus derechos y que no necesariamente deben concurrir con el patrocinio de un abogado particular, conforme lo consagra la ley del consumidor. Para ello, la asociación elaboró una guía que explicó de manera sencilla pero detallada, las distintas etapas de un juicio de esta naturaleza y cómo actuar en cada una de ellas. Esta guía consiste en un documento tipo cuadernillo, de 8 páginas de contenido y se denominó "Pauta de audiencia de comparendo de contestación, conciliación y prueba"; fue entregado en 100 ejemplares impresos en el Juzgado de Policía Local de Independencia y además está disponible en la página web de la asociación y en sus redes sociales.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Disminución de asimetrías de información en la venta de medicamentos.
<b>Asociación Responsable</b>	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
<b>Representante legal</b>	Stefan Larenas Riobó
<b>Línea del concurso</b>	Línea General - Proyecto Cooperativo
<b>Categorización</b>	Estudio
<b>Objetivos</b>	Disminuir las asimetrías de información de los consumidores respecto a la oferta de farmacias independientes adheridas a CENABAST y los precios fijos de venta de medicamentos de alto impacto terapéutico en el marco de la ley 21.198
<b>Recursos asignados</b>	\$8.854.692.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	\$0
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>El objetivo del proyecto disminuir las asimetrías de información a los consumidores respecto a la oferta de farmacias independientes adheridas a CENABAST y los precios fijos de venta de medicamentos de alto impacto terapéutico en el marco de la ley 21.198.</p> <p>Fue postulado como proyecto cooperativo y llevado a cabo por dos asociaciones, ODECU y ACU Nuestro tiempo; el resultado de esta iniciativa fue un estudio que se hizo sobre la base de 450 encuestados y que fue puesta en conocimiento de la opinión pública y del Consejo de CENABAST, organismo del cual es miembro la AdC co-ejecutora (ACU).</p> <p>Como aspecto relevante, uno de los problemas que presenta la ley es la baja cobertura de farmacias adheridas al sistema CENABAST, lo que se avala por el bajo nivel de conocimiento que tienen los consumidores sobre la vigencia de esta ley. Como medida a adoptar para subsanar esta situación, se acordó tener una reunión de trabajo con las autoridades de este organismo durante el 2022, lo que se espera de buenos resultados.</p>





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Nombre del Proyecto</b>	Centro de Mediación en Línea CONADECUS-SEK
<b>Asociación Responsable</b>	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
<b>Representante legal</b>	Hernán Calderón Ruiz
<b>Línea del concurso</b>	Mediación En línea
<b>Categorización</b>	Mediación
<b>Objetivos</b>	Alcanzar un acuerdo que permita la reparación e indemnización adecuada y oportuna de los daños materiales y morales sufridos por el consumidor. A través de una herramienta tecnológica desarrollada para este propósito por SERNAC
<b>Recursos asignados</b>	\$9.522.000.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	Para esta línea piloto se trabajó con una modalidad especial de transferencia una vez finalizado el proyecto, conforme a los resultados de las mediaciones realizadas, por lo que no existieron reintegros de parte de la organización. De tal modo, los recursos asignados constituían un máximo posible a transferir, no obstante, los recursos efectivamente ejecutados por la organización fueron \$1.309.111.-
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Los mediadores dispuestos por la Asociación de Consumidores efectuaron mediación de 14 casos que fueron derivados por SERNAC, aceptados por la empresa proveedora para ser objeto v mediación y aceptados también por el Consumidor. Del total, 7 de ellos fueron cerrados con logro de acuerdo entre el consumidor y el proveedor.</p> <p>El desarrollo del proyecto piloto de Mediación en Línea (MEL) permitió, entre otros, el testeado del prototipo de plataforma digital para mediación, aportar a la toma de decisiones respecto al Reglamento aplicable en confección y testear el modelo de mediación por un tercero imparcial bajo un sistema disponibilizado y supervisado por SERNAC.</p>

<b>Nombre del Proyecto</b>	Mediaciones Online
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores Fiscalía del Consumidor AC - FISCALÍA DEL CONSUMIDOR
<b>Representante legal</b>	Jhon Gisellini

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Línea del concurso</b>	Mediación En línea
<b>Categorización</b>	Mediación
<b>Objetivos</b>	Alcanzar un acuerdo que permita la reparación e indemnización adecuada y oportuna de los daños materiales y morales sufridos por el consumidor. A través de una herramienta tecnológica desarrollada para este propósito por SERNAC
<b>Recursos asignados</b>	\$7.030.934.-
<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	Para esta línea piloto se trabajó con una modalidad especial de transferencia una vez finalizado el proyecto, conforme a los resultados de las mediaciones realizadas, por lo que no existieron reintegros de parte de la organización. De tal modo, los recursos asignados constituían un máximo posible a transferir, no obstante, los recursos efectivamente ejecutados por la organización fueron \$425.723.-
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Los mediadores dispuestos por la Asociación de Consumidores efectuaron mediación de 14 casos que fueron derivados por SERNAC, aceptados por la empresa proveedora para ser objeto v mediación y aceptados también por el Consumidor. Del total, 7 de ellos fueron cerrados con logro de acuerdo entre el consumidor y el proveedor.</p> <p>El desarrollo del proyecto piloto de Mediación en Línea (MEL) permitió, entre otros, el testeo del prototipo de plataforma digital para mediación, aportar a la toma de decisiones respecto al Reglamento aplicable en confección y testear el modelo de mediación por un tercero imparcial bajo un sistema disponibilizado y supervisado por SERNAC</p>

<b>Nombre del Proyecto</b>	Conversado el Acuerdo
<b>Asociación Responsable</b>	Asociación de Consumidores del Profesorado de Chile - ACOPROCH
<b>Representante legal</b>	Gastón Díaz
<b>Línea del concurso</b>	Mediación En línea
<b>Categorización</b>	Mediación
<b>Objetivos</b>	Alcanzar un acuerdo que permita la reparación e indemnización adecuada y oportuna de los daños materiales y morales sufridos por el consumidor. A través de una herramienta tecnológica desarrollada para este propósito por SERNAC
<b>Recursos asignados</b>	\$3.390.000.-



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Reintegro efectuado por la AdC</b>	Para esta línea piloto se trabajó con una modalidad especial de transferencia una vez finalizado el proyecto, conforme a los resultados de las mediaciones realizadas, por lo que no existieron reintegros de parte de la organización. De tal modo, los recursos asignados constituían un máximo posible a transferir, no obstante, los recursos efectivamente ejecutados por la organización fueron \$954.111.-
<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Los mediadores dispuestos por la Asociación de Consumidores efectuaron mediación de 5 casos que fueron derivados por SERNAC, aceptados por la empresa proveedora para ser objeto v mediación y aceptados también por el Consumidor. Del total, 8 de ellos fueron cerrados con logro de acuerdo entre el consumidor y el proveedor.</p> <p>El desarrollo del proyecto piloto de Mediación en Línea (MEL) permitió, entre otros, el testeo del prototipo de plataforma digital para mediación, aportar a la toma de decisiones respecto al Reglamento aplicable en confección y testear el modelo de mediación por un tercero imparcial bajo un sistema disponibilizado y supervisado por SERNAC.</p>

## **Capítulo V Evaluación general del Fondo Concursable 2021**

### **1. Resultados generales**

Tal como se ha señalado en puntos anteriores del presente documento, durante el ejercicio 2021, el SERNAC, a través del Consejo de Administración del Fondo Concursable convocó a dos llamados a concurso público, mediante los se distribuyó un total de **\$ 503.960.000.-** Este monto permitió financiar **46** iniciativas, las que fueron ejecutadas por 17 Asociaciones de Consumidores, llegando de manera directa a 6 regiones del país.

Las Bases de los llamados a concurso, determinaron conforme a las distintas reglamentaciones tres líneas de proyectos: una *Línea General*, una *Línea de proyectos de Representación* y una *Línea Piloto de Mediación En Línea*. De los proyectos financiados y dentro de la *Línea General*, 34 tuvieron la calidad de individuales y 5 fueron cooperativos. Así mismo y en cuanto a la *Línea Especial para Proyectos de Representación*, 3 iniciativas estuvieron enfocadas en defender el interés individual de los consumidores frente a los tribunales y 1 tuvo su objetivo puestos en recabar antecedentes para presentar eventuales PVC (Procedimiento Voluntario Colectivo). Finalmente, 3 proyectos fueron adjudicados en la Línea Piloto de Mediación en Línea, en su única modalidad, orientada a la disposición de mediadores imparciales que mediaran para resolver discrepancias entre consumidores que interpusieron un reclamo ante SERNAC y proveedores que rechazaron sus reclamos.

Como aspectos relevantes para el año 2021, se puede señalar el avance en la consolidación de la Línea de Representación y, en particular, de la modalidad de Representación individual, en la cual se integraron 3 nuevas regiones en las cuales se tramitarían causas para la defensa del interés individual de consumidores que interpusieron su reclamo ante SERNAC y éste, aun teniendo mérito, fue rechazado por el proveedor; así como la apertura, por primera vez, de una línea piloto de mediación en línea que permitió, por medio de la disposición de mediadores imparciales, gestionar acuerdos entre consumidores que pusieron su reclamo ante SERNAC y éste fue rechazado por el proveedor.

En cualquier caso, se mantiene la existencia de espacios de mejora en la Línea de Representación individual, a la vista de que su ejecución en los dos primeros años de implementación. En particular, la gestión financiera de la línea presentó complejidades tanto para las organizaciones ejecutoras como para SERNAC, ante la necesidad de restituir anualmente los fondos transferidos (con la consecuente subejecución de recursos) para ser transferidos al año siguiente para su continuidad; a la vez que se observó, en variados casos, una extensión superior a dos años calendarios para la tramitación judicial de las causas. Todo ello buscará ser resuelto a partir de 2022 mediante un cambio de modalidad de asignación y rendición de los recursos con foco en la interposición de las demandas y sin tiempo límite de tramitación.

Por último, pero no por esto menos importante, es necesario señalar que los proyectos desarrollados durante el año 2021 se vieron, aun, afectados por la situación sanitaria del coronavirus, las medidas que la autoridad pertinente estableció y la dificultad de ejecutar algunas actividades presenciales. En tal sentido, se ha profundizado el uso de herramientas digitales y entrega de

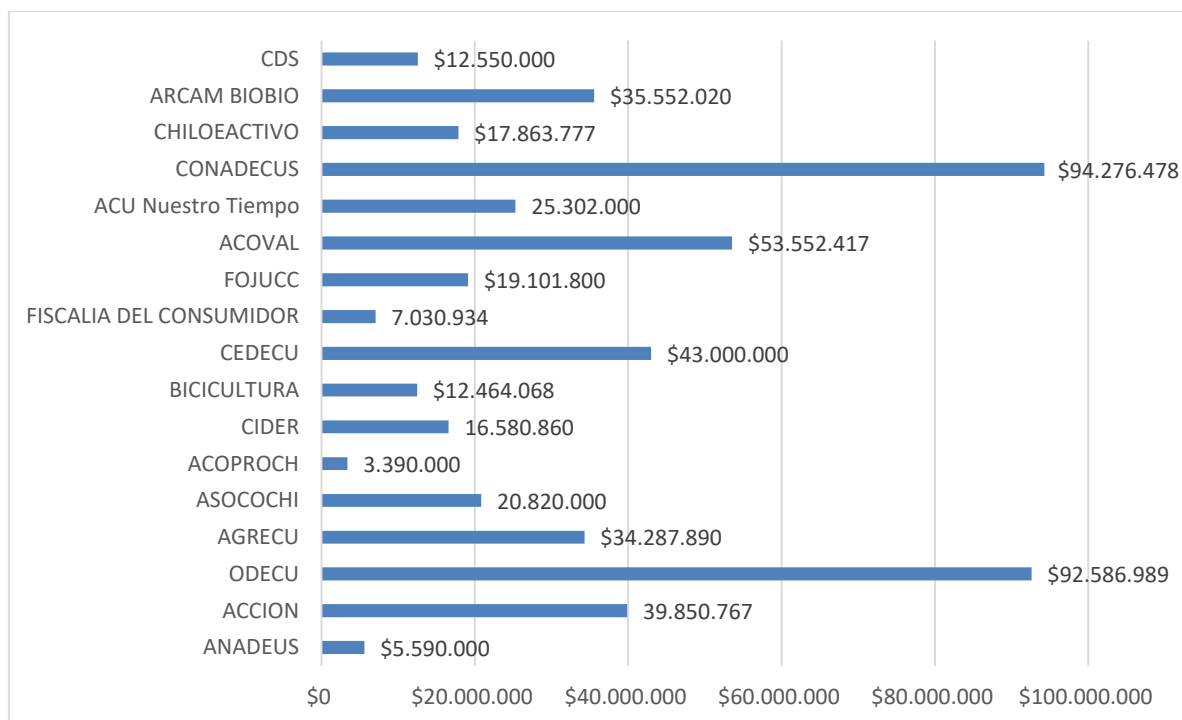
## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

servicios a distancia por parte de las Asociaciones de Consumidores, el uso intensivo de sus sitios web y redes sociales, nuevos canales y productos como podcast, campañas digitales, entre otros.

### 1.1 Distribución de recursos por Asociación

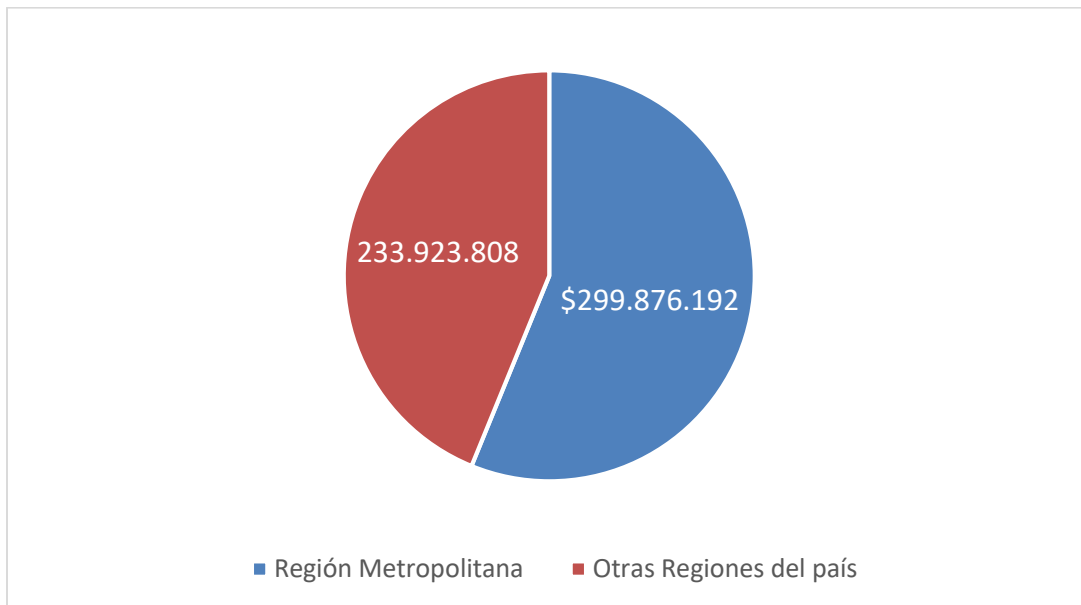
La distribución de recursos por Asociación para el período 2021 se visualiza en el gráfico que se acompaña a continuación, pudiendo destacarse que aquellas organizaciones que recibieron más recursos fueron: CONADECUS y ODECU, entre las que abarcan alrededor de un 35% de los recursos totales asignados.



Nota: Los montos indicados corresponden a la adjudicación realizada por el CAFC en el Acuerdo correspondiente. En caso un proyecto hubiese sido adjudicado, en el primer llamado, por un monto menor a la transferencia efectiva realizada; dichos recursos podrían haber sido incorporados como parte del presupuesto a adjudicar en el 2do llamado. En tal sentido, la suma de los recursos adjudicados puede presentar una diferencia menor respecto al presupuesto total disponible para el año.

### 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 56% del total nacional, repartiéndose las asociaciones de regiones el 44% restante. Dichos porcentajes resultan consistentes con lo observado en el ejercicio 2020 (55% y 45%, respectivamente), no advirtiéndose variaciones en la proporción de recursos que se adjudica a Asociaciones Regionales.



## 2.- Asociaciones financiadas en el periodo 2021

Con respecto al financiamiento de iniciativas para el proceso 2021, durante el llamado a concurso se adjudicaron recursos 17 Asociaciones distintas, radicadas en 6 diferentes regiones del país; lo que representa un incremento en el número de organizaciones adjudicatarias respecto al año 2020 (15 Asociaciones) pero una baja en la cantidad de regiones representadas (9 en 2020).

Las asociaciones beneficiadas con el Fondo Concursable 2021 fueron las siguientes:

**Asociación Regional Consumidores Adultos Mayores Región del Biobío – ARCAM BIOBIO**: 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, de forma incipiente, estudios enmarcados en la Región del Biobío; y se ha caracterizado además por trabajar de manera conjunta con otras asociaciones de consumidores. Durante el año 2021 se adjudicó un total de 4 proyectos:

- Laboratorio de pesos y medidas de productos de consumo
- Preparación antecedentes PVC Mundo Pacifico
- En Navidad, cuido mi economía en forma responsable.
- Voy a comprar y vuelvo. Juego de Educación Financiera para Adultos Mayores

**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. Mantiene un foco especial en el trabajo con adultos mayores y vinculación permanente con organizaciones de adultos mayores de la comuna de Santiago, con quienes efectúa intervenciones sucesivas y complementarias. En el año 2021 se adjudicaron 2 proyectos:

- Responsabilidad Social y Económica con los adultos mayores en Pandemia



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Lo que debemos saber de la nueva ley LEY 21.320 que protege los Derechos del Consumidor

### **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. Esta organización se caracteriza por un muy buen nivel de proyectos, una 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. Durante el 2021, fue adjudicataria de 6 proyectos,

- Percepción ciudadana sobre los servicios básicos en Los Ríos: experiencia post pandemia y desafíos futuros.
- Consumidores de Valdivia se informan acerca de la producción, comercialización y normas relativas al pellet para un consumo responsable en torno a sus deberes y derechos.
- ACOVAL EN ACCIÓN: Difusión y asesoría de los derechos de las y los consumidores
- Vecinos de Valdivia se capacitan e informan sobre el consumo de energía para calefacción: artefactos, eficiencia energética de viviendas y políticas públicas vinculadas a leña y pellet.
- Estudio sobre consumo en ferias libre en Valdivia y su relación con los derechos y deberes del consumidor.
- Niñez y Sociedad de Consumo: campaña de información sobre buenas prácticas de consumo responsable en contexto de pandemia

### **Asociación Nacional de la Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS:**

Es una de las organizaciones que ha desarrollado más proyectos, históricamente, enfocados principalmente en temas de educación del consumidor, salud y previsionales. Es una asociación muy organizada y los resultados de sus proyectos son el reflejo de dicha característica. Para el año 2021 ejecutaron un solo proyecto, enfocado en el mercado de las farmacias y medicamentos, consistentemente con los proyectos que han desarrollado durante los últimos años.

- Evaluación de impacto de las Farmacias Municipales

### **Asociación de consumidores Nuestro Tiempo – ACU NUESTRO**

**TIEMPO:** Creada en el año 2017, esta organización se ha asociado de manera consistente con ODECU, fortaleciéndose y nutriéndose, así, de la experiencia de esta Asociación más grande e histórica y llevar dicha experiencia a la Región del Maule, en la que se ubica su sede. Durante el 2021 fue adjudicataria de dos proyectos cooperativos con ODECU, orientados al desarrollo de estudios y análisis de mercados y materias complejas en el ámbito del consumo:

- Derechos de los consumidores en pandemia: el caso de las compras de e-commerce
- Protección de datos personales: ¿hay espacios para una mejor regulación?

**Asociación Ciudadana de Consumidores Informados y Organizados – ACCION CONSUMIDORES:** Esta Asociación comenzó su participación en el Fondo Concursable recién en el año 2020 y ha mostrado un importante crecimiento en poco tiempo, llegando a adjudicarse 4 proyectos durante 2021. Su foco está, principalmente, en acciones de difusión y, de forma incipiente, estudios en materia de normativa y derechos del consumidor.

- Aprendiendo sobre el Consumo Responsable e Industria de la Moda a través del uso de tecnologías
- Constitucionalización de los Derechos de los Consumidores
- Información de los nuevos derechos de los consumidores
- Cocina Sustentable y Consumo Responsable

**Asociación de Consumidores y usuarios de Chile – AGRECU:** Esta organización participó por primera vez del Fondo Concursable en el año 2020 y también ha mostrado un importante crecimiento y consolidación en poco tiempo. Durante el año 2021 se adjudicó 3 proyectos, destacando su segunda participación en la modalidad de Representación individual.

- Línea de Representación Individual
- CONSUMO DESINFORMADO DE PROTEINAS EN ALIMENTOS 2021
- Estudio y Práctica de los procedimientos de consumo en tribunales

**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 2021 fueron adjudicatarios de un solo proyecto, con resultados destacados y un gran despliegue y trabajo conjunto tanto con consumidores como con proveedores para una mejor información de parte de los consumidores.

- Guía para Compra Informada de Luces y Reflectantes Ciclistas.

**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 2021 se adjudicaron por segunda vez un proyecto en la modalidad de Representación individual. No obstante, debido a falencias en la ejecución y reporte del proyecto este proyecto debió ser finalizado de forma anticipada durante el año.

- Representando tus derechos en La Araucanía 2.0

**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 2021 llevó a cabo 2 proyectos, los cuales estuvieron enfocados en la educación y un estudio de precios con perspectiva territorial, los que van en la línea de los proyectos desarrollados hasta la fecha. Sobre este último, por motivos ajenos a la Asociación de





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Consumidores, éste no pudo ser ejecutado por lo que sus recursos fueron reintegrados de forma íntegra por la Asociación.

- Educación, gestión y capacidad propositiva para enfrentar el endeudamiento de servicios básicos.
- ENCUESTA DE PRECIOS DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE PUERTO MONTT

### **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 numerosas demandas colectivas y cuentan con una amplia cobertura mediática. Durante el período 2021 ejecutaron 4 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 16° versión. Destaca, a su vez, su participación en la nueva línea piloto de Mediación en Línea, para la cual trabajaron en conjunto con la Universidad SEK.

- Calidad de producto del Atún en lata, en agua, en Chile
- Servicio de Información y Apoyo a Consumidores SIIACU XVI
- Calidad de Producto de Helado de Chocolate
- Centro de Mediación en Línea CONADECUS-SEK

### **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 2021, ejecutaron 2 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 residuos es una situación que ha tomado la agenda pública del archipiélago.

- Recreando el plástico, consumo responsable en acción.
- Medición de precios de la canasta básica familiar en Chiloé

### **Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU:**

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



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Estado. Al alero de dicha organización se han ido creando otras asociaciones de consumidores, lo que sin duda ha ayudado al crecimiento del movimiento consumerista en pro de la defensa de los derechos de consumidores. En el año 2021 fue la organización que se adjudicó mayor cantidad de proyectos (8), enfocados principalmente al desarrollo de estudios de carácter jurídico y de laboratorio sobre productos alimenticios; así como su Servicio de atención a consumidores.

- Estudio sobre Comisiones. Participación en la Adopción de Normas por la CMF.
- Estudio de Calidad de Carne Molida.
- Portabilidad financiera
- Estudio: Derechos de los consumidores en la industria del Delivery
- Estudio de calidad Nutricional de los Huevos de Gallina
- Interpretación práctica de la normativa de la garantía legal y su modo de integración con la garantía voluntaria.
- Servicio de Atención al Consumidor – SAC
- Disminución de asimetrías de información en la venta de medicamentos.

### **Asociación de Consumidores del Profesorado de Chile - ACOPROCH:**

Esta organización se fundó en el año 2018 con foco en el mercado educacional, pero que se ha ampliado a ámbitos diversos, destacando su primera adjudicación en el Fondo Concursable durante el año 2021, siendo parte del nuevo piloto de Mediación en Línea y ejerciendo sus propios miembros como mediadores entre consumidores y proveedores.

- Conversado el Acuerdo

**Fiscalía del Consumidor A.C.:** Esta organización, de reciente constitución en el año 2018, había postulado anteriormente al Fondo Concursable buscando consolidarse y desarrollarse en la ejecución de proyectos, sin llegar a adjudicarse recursos. En este 2021, en tanto, logró la adjudicación de su primer proyecto en el marco de la línea piloto de Mediación en Línea, participando de forma activa sus miembros en el desarrollo del proyecto y mediaciones, aportando de manera significativa al cumplimiento de los objetivos de la línea.

- Mediaciones Online

### **Asociación de Consumidores Centro de Estudios del Derecho del Consumidor y Usuario – CEDECU:**

Una de las Asociaciones más jóvenes que se han adjudicado proyectos, fue constituida recién en el año 2020 y se adjudicó, en 2021, un proyecto de Representación Individual de gran magnitud en las regiones de Maule, Ñuble y Biobío. Ha postulado, además, proyectos orientados al desarrollo de estudios y la generación de antecedentes suficientes para fundar procedimientos voluntarios colectivos.

- Representación interés individual de consumidores CEDECU

### **Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUCC:**

Esta organización se encuentra ubicada en la Región del Biobío y es una organización que se relaciona mucho con el medio y trabaja colaborativamente con la academia. De la ejecución de sus proyectos, se

puede apreciar que han logrado desarrollar un trabajo educativo importante, incorporando a distintos actores en sus actividades y potenciando el diálogo entre los asistentes. Durante el año 2020 no participó del Fondo Concursable y para el año 2021 volvió a postular y se adjudicó 2 proyectos que dan cuenta de una evolución de la Asociación, abordando temas complejos, contingentes y buscando establecer una vía de atención de consumidores cuyos derechos fueron vulnerados y dar solución directa a problemas de consumo entre proveedores y consumidores.

- Implementación de sistema on line de acompañamiento y resolución de controversias FOJUCC
- Análisis, con enfoque de género, del acceso y uso de plataformas digitales de niños, niñas y adolescentes de la región del Biobío

### 3.- Evaluación del Fondo Concursable

Como bien se ha señalado en otros puntos del presente documento, la Ley N° 19.496 establece la creación de un Fondo Concursable destinado al financiamiento de iniciativas que las Asociaciones de Consumidores desarrollen en el cumplimiento de sus objetivos. En ese sentido y como parte de un trabajo interno, se ha considerado relevante hacer una evaluación del fondo con el objeto de medir el desempeño de este instrumento.

Para lo anterior entonces, es que se estableció una metodología de Marco Lógico, que permite resumir y reflejar los elementos más importantes del Fondo, los cuales son recogidos en una matriz diseñada para los efectos ya señalados. (Se acompaña imagen).

OBJETIVOS	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	NOMBRE	FÓRMULA		
<b>FIN</b>	<b>Impacto</b>			
Potenciar el rol de las Asociaciones de Consumidores como Organizaciones de la Sociedad Civil colaboradoras del Estado.	Variación del Índice de Fortalecimiento*	$\left[ \frac{\text{Promedio Índice de Fortalecimiento de las Asociaciones en el periodo } t - \text{Promedio Índice de Fortalecimiento de las Asociaciones en el año } t-1}{\text{Promedio Índice de Fortalecimiento de las Asociaciones en el periodo } t-1} \right] * 100$	-Resultados índice de Fortalecimiento	-No existencia de catástrofes o desastres naturales, que imposibiliten la correcta y oportuna ejecución de las actividades planificadas para el logro de los objetivos. -Modificaciones Legales conservan el rol y función de las Asociaciones de Consumidores -Asociaciones mantienen el interés en postular al Fondo Concursable. - Disponibilidad presupuestaria para la entrega de recursos asociados al Fondo Concursable.
<b>PROPÓSITO</b>	<b>Efectos</b>			
Apoyar a las AdC en el cumplimiento de los objetivos definidos en la Ley	Porcentaje de proyectos beneficiarios respecto al total existente	$\frac{\text{Sumatoria de proyectos adjudicadas en el periodo 2019-2021} / \text{Sumatoria de proyectos postulados en el periodo 2019-2021}}{1} * 100$	-Acuerdo Consejo de Administración del Fondo Concursable, que selecciona proyectos. -Memoria Anual del Fondo Concursable	-No existencia de catástrofes o desastres naturales, que imposibiliten la correcta y oportuna ejecución de las actividades planificadas para el logro de los objetivos. -Modificaciones Legales conservan el rol y función de las Asociaciones de Consumidores - Disponibilidad presupuestaria para la entrega de recursos asociados al Fondo Concursable.
	Porcentaje de Proyectos Financiados que resuelven el problema de origen	$\left( \frac{\text{Nº de Proyectos financiados que resuelven el problema de origen}}{\text{Nº de proyectos financiados}} \right) * 100$		
<b>COMPONENTE</b>	<b>Productos</b>			
Financiamiento de iniciativas de las asociaciones de consumidores	Porcentaje de Recursos financieros entregados en el año t	$\left( \frac{\text{Monto total de recursos financieros entregados en el año } t / \text{presupuesto aprobado para el fondo en el año } t}{1} \right) * 100$	-Ley de presupuesto y ejecución -Acuerdo Consejo de Administración del Fondo Concursable, que selecciona proyectos.	- Disponibilidad presupuestaria para la entrega de recursos asociados al Fondo Concursable.
<b>ACTIVIDADES</b>				
1.Elaboracion de bases del concurso publico			-Resolución que aprueba las Bases de Postulación al Fondo Concursable -Publicación de Convocatoria en página web y medio escrito -Acta de Admisibilidad -Acuerdo Consejo de Administración del Fondo Concursable, que selecciona proyectos.	
2.Coordinacion de actividades				
3.Postulacion y Selección de Proyectos			-Resolución que aprueba el Convenio de Ejecución y autoriza transferencia de fondos. -Memoria Anual del Fondo Concursable	-Asociaciones mantienen el interés en postular al Fondo Concursable
4.Presentacion de reclamación o reconsideración				
5.Publicacion de resultados y entrega de recursos				
6.Control y cierre de ejecución				
7.Elaboracion de memoria anual de proyectos financiados <sup>3</sup>				

#### 3.1.- Evaluación del Fondo Concursable período 2021

Para el período 2021 se llevó a cabo la medición en los términos establecidos en la matriz ya vista. Respecto de ello, los resultados obtenidos de acuerdo a cada uno de los objetivos planteados son los que se mencionan a continuación:



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **3.1.1- Potenciar el rol de las Asociaciones de Consumidores como Organizaciones de la Sociedad Civil colaboradoras del Estado.**

La medición de este objetivo contemplaba, en su origen, la medición de un “Índice de Fortaleza” de las Asociaciones de Consumidores, desarrollado en 2016, el cual requería una aplicación individual del instrumento para cada organización, evaluando aspectos amplios como cumplimiento de requisitos legales, existencia de lineamientos estratégicos, gestión de recursos, sistema de monitoreo de resultados, desarrollo de investigación, estrategia comunicacional, sostenibilidad económica, etc. La aplicación de dicho instrumento se vio, durante los años recientes, afectada por un escenario de estrechez presupuestaria y complejidad operativa en SERNAC en contexto de pandemia por COVID-19; así como por dificultades para el funcionamiento regular de diversas Asociaciones durante el período de restricciones de movilidad y emergencia sanitaria. En tal sentido, el Índice de Fortaleza fue revisado y su continuidad como herramienta de medición de resultados fue descartada, principalmente, dado que su aplicación requiere destinar una importante cantidad de recursos institucionales, así como de la capacidad de llegar a cada una de las Asociaciones vigentes.

De lo anterior, el año 2021 se dio inicio a la construcción de un nuevo instrumento de levantamiento de información y seguimiento de las Asociaciones de Consumidores que permita perfilarlas de manera individual y establecer parámetros, tanto cuantitativos como cualitativos, sobre su funcionamiento, brechas y nivel de fortalecimiento; pudiéndose, así, identificar de mejor manera, también, los énfasis, expectativas y necesidades de las organizaciones, lo que permitirá identificar, posteriormente, la efectividad del Fondo Concursable y otras acciones de SERNAC en el fortalecimiento de las Asociaciones de Consumidores. Se espera que la aplicación de esta herramienta abarque, durante el año 2022, a la totalidad de las Asociaciones que regularmente postulan al Fondo Concursable y se encuentran vigentes a la fecha.

### **3.1.2- Apoyar a las AdC en el cumplimiento de los objetivos definidos en la Ley.**

Para medir el logro de este objetivo se consideraron dos aspectos: por un lado, el *porcentaje de proyectos beneficiarios respecto del total existente*, y por otro, el *porcentaje de proyectos financiados que resuelven el problema de origen*. En cuanto al primer indicador, durante el año 2021 se financiaron 46 proyectos, lo que representa 39% sobre el total de 118 postulaciones, lo que resulta consistente con lo observado en el año 2020 (también 39%).

Respecto del indicador *porcentaje de proyectos financiados que resuelven el problema de origen*, su medición se efectúa a partir de la incorporación de una serie de preguntas, obligatorias de responder por las Asociaciones en cada proyecto, a través del Informe Final exigido en las Bases de Concurso para cada proyecto adjudicado. Tales preguntas apuntan a aspectos tales como:

- Si el proyecto ha contribuido a resolver el problema de consumo identificado.
- Si los receptores de los recursos productos y servicios generados en el marco del proyecto han resultado realmente beneficiados.
- Si los beneficios recibidos por los participantes son los que se había propuesto lograr con el proyecto o, inclusive, si existieran beneficios no previstos.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- Si el proyecto y los beneficios llegaron a la población inicialmente definida como objetivo del proyecto.
- Si los destinatarios del proyecto están satisfechos con los bienes y/o servicios recibidos.
- Si existen beneficios perdurables con los cuales la población destinataria del proyecto se quedará tras éste.

Para la medición del indicador, del total de 46 proyectos financiados en el período 2021, se excluyeron aquellas iniciativas correspondientes a la modalidad de Representación Individual, toda vez que éstas continúan en ejecución durante el año 2022, así como un proyecto de la línea general que no tuvo ejecución y cuyos recursos fueron restituidos íntegramente por la AdC; esto significa que se consideraron los resultados de 42 proyectos, de los cuales el 100% cumplen con resolver el problema que dio origen al proyecto.

De la revisión y análisis de los proyectos, se observa que los productos que se generan son ampliamente diversos, pudiendo encontrarse productos informativos, comunicacionales y educativos desde estudios hasta infografías, podcast, libros, cápsulas y videos, afiches con información, talleres, etc.; así como otros orientados a la atención y orientación de consumidores que hayan sufrido problemas de consumo. Destaca, a su vez, un uso creciente de tecnologías y medios digitales para el desarrollo de productos y servicios en el marco de los proyectos, generándose mucho material que queda disponible de forma permanente en los sitios web y redes sociales de las Asociaciones de Consumidores, ampliándose, con ello, la posibilidad de compartirlos y el universo de consumidores potenciales que accedan a ellos de forma posterior a la ejecución del proyecto.

En términos generales, los proyectos financiados presentan una óptima ejecución de las actividades comprometidas, respecto a la formulación de los proyectos aprobada por el Consejo de Administración del Fondo; observándose, así, un adecuado cumplimiento de los productos y objetivos definidos en cada uno de ellos.

Analizando al Fondo Concursable desde una perspectiva más amplia, se observa que, aun cuando la ley reconoce a las Asociaciones de Consumidores una serie de objetivos y funciones, la gran mayoría de ellas no cuenta con capacidad para cumplirlos y ejercerlos sino a través de financiamiento de iniciativas por este Fondo. De este modo, el reconocimiento del Fondo Concursable por ley ofrece a las AdC la oportunidad de asegurar, al menos, la oportunidad de presentar y concursar los proyectos que permitan su funcionamiento. En el mismo sentido, la apertura de nuevas líneas de trabajo (y postulación) para la AdC como han sido la Representación Individual, el desarrollo de estudios para fundar denuncias que conduzcan a Procedimientos Voluntarios Colectivos y desarrollar material probatorio para juicios han sido valorados por las organizaciones como ámbitos de acción relevantes para la protección de consumidores vulnerados, sin embargo la implementación de tales modalidades de postulación se encuentra aún en etapa de aprendizaje y mejoras. En tal sentido, por ejemplo, la ejecución y rendición de los proyectos de Representación Individual ha contado con sucesivos cambios con cada año de concurso en base a la experiencia y retroalimentación de parte de las asociaciones ejecutoras; y la modalidad de Estudios para fundar PVC contó, a fines del año 2021, con una charla para las AdC que las orientara en los contenidos necesarios para la



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

interposición de tales denuncias y dar una mayor posibilidad de éxito a las denuncias a presentar.

Por último y no menos importante, es relevante señalar que el Fondo Concursable ha permitido desarrollar un movimiento consumerista inexistente hasta antes de la creación del mismo, presentándose como una externalidad que va más allá de las propias asociaciones. De esta manera entonces, es que al día de hoy existen asociaciones que se hacen parte activa en el desarrollo de las políticas públicas del país y que son capaces de dialogar de manera mucho más simétrica con las autoridades y los grandes proveedores cuando se presentan vulneraciones a los derechos de los consumidores, consiguiendo acuerdos en directo beneficio de las personas.

### **3.1.3-** Financiamiento de iniciativas de las asociaciones de consumidores.

La efectividad del financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores, está dado por el porcentaje de recursos financieros entregados en el año t, al respecto. Al respecto, el presupuesto anual asignado para el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores en el año 2021 fue de \$503.960.000.-, de los cuales \$9.890.000.- fueron destinados a la continuidad de 2 proyectos de Representación Individual adjudicados en el Fondo Concursable del año 2020; en tanto, los restantes \$494.070.000.- fueron destinados íntegramente (100%) al financiamiento de las 46 iniciativas financiadas entre el 1er y el 2do Llamado 2021.

### **3.1.4.-** Actividades del Fondo Concursable.

Las actividades que se contemplan en la matriz son las que a continuación se mencionan y Las actividades que se contemplan en la matriz son las que a continuación se mencionan y fueron ejecutadas sin mayores inconvenientes:

- 1.Elaboracion de bases del concurso publico
- 2.Coordinacion de actividades
- 3.Postulacion y Selección de Proyectos
- 4.Presentacion de reclamación o reconsideración
- 5.Publicacion de resultados y entrega de recursos
- 6.Control y cierre de ejecución
- 7.Elaboracion de memoria anual de proyectos financiados.

Este componente, tiene por objetivo resguardar el proceso del Financiamiento de las Asociaciones de consumidores y como tal, el cumplimiento de cada elemento asegura el correcto funcionamiento del proceso. Para el año 2021 se llevaron cabo dos llamados a concurso y, por tanto, el ciclo del Fondo fue ejecutado íntegramente en cada llamado (con excepción de la emisión de la Memoria Anual, que se realiza una vez por año). El detalle de cada uno de ellos es el que se ha mencionado a lo largo de la presente memoria, actividad con la cual se da por finalizado el proceso anual.

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