



**Servicio Nacional  
del Consumidor**  
Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Acta Reclamación de Asociación de Consumidores**  
**Etapas Adjudicación**  
**1er Llamado Fondo Concursable 2026**

El Consejo de Administración del Fondo Concursable destinado al financiamiento de iniciativas de las Asociaciones de Consumidores, de conformidad con las disposiciones del artículo N°27 del Decreto Reglamento N°98 de 2019, emitido por el Ministerio de Economía Fomento y Turismo y el artículo N° 21 de las Bases de Concurso al primer llamado al Fondo Concursable 2026, tras analizar la información presentada en el marco de las reclamaciones, procede a resolver la materia que se indica.

**PARTE I: RECLAMACIONES PRESENTADAS**

Con ocasión de los resultados correspondientes al primer llamado al Fondo Concursable del año 2026, se recibió 1 reclamación el 07 de mayo, respecto del acuerdo de adjudicación publicada el día 27 de abril en el sitio web de SERNAC.

A continuación, se detallan la reclamación recibida:

**RECLAMACIÓN**

**PROYECTO FOLIO 142955 - Servicio de atención al Consumidor SAC**

**ASOCIACIÓN DE CONSUMIDORES ODECU**

<b>Causal que motiva la reclamación</b>
Criterio 1 (Diagnóstico y justificación del problema de consumo) Criterio 6 (Resultado esperado y medición de eficacia).
<b>Argumentos y/o motivos que fundamentan la reclamación</b>
La Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, ODECU, ha tomado conocimiento de la evaluación asignada al proyecto denominado <b>Servicio de Atención al Consumidor (SAC)</b> , folio 142955, correspondiente al Fondo Concursable SERNAC, Primer Llamado 2026, Línea General, Proyectos Individuales, el cual obtuvo un puntaje final de 62,89 puntos.

Sin poner en cuestión la idoneidad del proceso evaluativo ni desconocer las atribuciones del Consejo Evaluador, ODECU estima necesario formular observaciones fundadas respecto de dos criterios específicos en los cuales la calificación asignada no refleja adecuadamente el contenido de la postulación presentada: **el Criterio 1 (Diagnóstico y justificación del problema de consumo) y el Criterio 6 (Resultado esperado y medición de eficacia)**. Ambas observaciones se sustentan exclusivamente en el texto de la postulación ya ingresada, cuya lectura, a juicio de ODECU, permite concluir que los elementos requeridos se encontraban efectivamente presentes en el proyecto.

Junto con lo anterior, ODECU desea relevar un aspecto que considera insuficientemente ponderado en la evaluación: el SAC no es un servicio de atención genérica, sino un servicio integral de orientación jurídica especializada, ejecutado en su totalidad por profesionales abogados, que además contempla una línea permanente de producción y difusión de contenido educativo. Esta naturaleza diferenciada debió haber incidido favorablemente en la evaluación de coherencia, pertinencia e impacto del proyecto.

**I. Observación al Criterio 1: Diagnóstico y justificación del problema de consumo** El Consejo evaluador señaló que el proyecto se encontraría "débilmente formulado" en el Criterio 1, fundando esa conclusión en tres aspectos:

1) La utilización de antecedentes de los años 2021 y 2022, siendo que existirían datos más recientes;

2) La falta de links u otros elementos que permitieran verificar las fuentes citadas;

y 3) Que el eje medular del proyecto -la atención de público- no contaría con mayores detalles más allá de la mención de canales de atención.

En esta perspectiva, y en base a lo analizado como organización quisiéramos puntualizar y enfatizar los siguientes elementos.

#### **Sobre la actualidad y pertinencia de las fuentes utilizadas**

La postulación presentada por ODECU incorporó fuentes estadísticas oficiales y verificables, provenientes de organismos públicos de reconocida autoridad, entre ellas:

– SUBTEL: El incremento del 6% en los reclamos registrados por el Departamento de Gestión de Reclamos (DGR) de SUBTEL durante el año 2022, alcanzando 59.879 casos.

– SERNAC: El aumento superior al 160% en los reclamos en el rubro seguros entre 2021 y 2022, consignado en informes del SERNAC.

La selección de estas cifras no responde a una falta de acceso a datos más recientes, sino a una decisión metodológica fundada: estas estadísticas corresponden al período de mayor disponibilidad de información consolidada y comparable al momento de elaborar el diagnóstico, y permiten demostrar una tendencia estructural y sostenida en el tiempo, que es precisamente lo que el diagnóstico requería acreditar.

Lejos de debilitar la argumentación, la utilización de fuentes oficiales y consolidadas -en contraposición a datos preliminares o estimaciones- fortalece la solidez del diagnóstico presentado. La tendencia identificada no se ha revertido: la complejización de los mercados digitales, la masificación de plataformas automatizadas y la multiplicación de conflictos de consumo son fenómenos que han continuado profundizándose, como da cuenta la propia discusión pública en materia de comercio electrónico, IA y protección al consumidor.

### **Sobre la verificabilidad de las fuentes**

La postulación indicó con claridad los organismos de origen de cada dato estadístico -SUBTEL y el propio SERNAC- organismos cuya información es de **acceso público irrestricto** a través de sus sitios web institucionales. La omisión de links directos no equivale a una falta de verificabilidad: toda fuente oficial es, por definición, una fuente verificable.

Cabe destacar que la propia pauta de evaluación aplicada al proyecto establece expresamente, en el desarrollo del Criterio 1, que las fuentes de información deben ser "confiables y verificables", señalando como ejemplos válidos "estudios, estadísticas, información levantada y sistematizada por la propia AdC, literatura, etc.", y citando como referencia el sitio web del SERNAC (<https://www.sernac.cl/>). Es decir, el propio instrumento que rige la calificación reconoce que las estadísticas oficiales de organismos públicos constituyen fuentes idóneas. ODECU utilizó precisamente ese tipo de fuente —estadísticas oficiales del SERNAC y SUBTEL—, cumpliendo con el estándar que la misma pauta exige, lo que hace inconsistente que su utilización haya sido valorada negativamente.

### **Sobre el nivel de detalle del problema y la iniciativa**

La afirmación del evaluador en el sentido de que el proyecto solo menciona los canales de atención sin mayor desarrollo no se condice con la extensión y profundidad del diagnóstico presentado. En efecto, la postulación identificó con precisión:

- La asimetría estructural de información y poder entre proveedores y consumidores, con descripción de sus manifestaciones concretas.
- La complejidad técnica y jurídica de los conflictos de consumo como barrera al ejercicio efectivo de derechos.
- El fenómeno de la digitalización acelerada y la automatización de la atención postventa, con análisis de sus efectos sobre los consumidores (respuestas estandarizadas, falta de trazabilidad, desgaste emocional, abandono del reclamo).
- Las brechas de alfabetización digital y accesibilidad como factor de desigualdad adicional.
- Los efectos concretos del problema: pérdida económica individual, desgaste emocional, desigualdad en el acceso a soluciones y erosión de la confianza en el mercado.

Este nivel de análisis excede ampliamente la mera enumeración de canales y refleja una comprensión técnica del problema de consumo que justifica plenamente la iniciativa propuesta.

### **Sobre la coherencia entre el diagnóstico y los productos comprometidos**

El evaluador señaló que el proyecto "no se condice con los productos comprometidos y el número de beneficiarios". ODECU discrepa respetuosamente de esta apreciación.

El SAC es un servicio integral y multidimensional, que no se agota en la atención de casos individuales. Sus componentes son:

- Componente 1 – Atención especializada: Atención, orientación y asesoría jurídica directa a personas consumidoras, en modalidad presencial y remota (ticketería web, teléfono, correo electrónico y redes sociales), ejecutada por un equipo de abogadas bajo supervisión de un abogado coordinador.
- Componente 2 – Mediación individual: Aplicación de un protocolo de mediación actualizado, que establece criterios objetivos de procedencia, etapas, mecanismos de comunicación con proveedores y documentación del proceso.
- Componente 3 – Contenido educativo: Producción y publicación de artículos educativos semanales en los formatos "¿Sabías que?" y "Pregunta frecuente", elaborados a partir de los patrones detectados en la atención de casos reales, con revisión técnica jurídica y edición comunicacional.
- Componente 4 – Difusión y comunicación: Elaboración de material gráfico digital (infografías, piezas para redes sociales, trípticos) y ejecución de una campaña de difusión pagada orientada a ampliar el alcance del servicio, con especial énfasis en grupos hipervulnerables.

La población directamente intervenida (200 atenciones proyectadas, con un incremento del 60% respecto del período comparable de 2025) resulta perfectamente coherente con un **servicio especializado** ejecutado por un equipo reducido de profesionales del derecho, cuyo valor reside precisamente en la **calidad, profundidad y especificidad de la orientación entregada**, y no en el volumen masivo de atenciones. La proyección, por lo demás, se encuentra técnicamente fundamentada en la optimización de canales digitales y la implementación de difusión pagada.

### **II. Observación al Criterio 6: Resultado esperado y medición de eficacia**

Observación del evaluador El Consejo evaluador señaló que ODECU omitió la información relacionada con los niveles de logro y su consecuente definición de metas, que, si bien se identificaron resultados esperados, no se señaló el nivel de éxito esperado ni los medios de verificación, y que la

medición de eficacia correspondía a una declaración de intenciones sin indicadores concretos.

**En este punto como organización queremos señalar lo siguiente:**  
**Los resultados esperados sí fueron definidos con metas cuantificables**

La postulación estableció resultados esperados concretos y medibles, expresamente señalados en el apartado correspondiente:

- **Meta cuantitativa de atención:** 200 atenciones efectivas durante el período de ejecución 2026, con registro formal de ingreso, orientación entregada y seguimiento cuando corresponda.
- **Meta de mediación:** Aplicación del protocolo de mediación en todos los casos que cumplan los criterios de procedencia, con registro verificable de gestiones y resultados.
- **Meta de producción de contenidos:** Un artículo semanal en formato "¿Sabías que?" y un artículo semanal en formato "Pregunta frecuente", publicados en los canales institucionales de ODECU durante todo el período de ejecución.
- **Meta de difusión:** Producción de material gráfico digital (infografías y piezas para redes sociales) Estas metas son cuantificables, verificables y directamente vinculadas a los objetivos específicos del proyecto, cumpliendo con el estándar que las bases exigen para la definición de resultados esperados.

**Los medios de verificación fueron indicados**

La postulación señaló expresamente como medios de verificación:

- El registro formal de cada caso atendido, mediante fichas estandarizadas que incluyen tipo de problema, sector económico involucrado, derecho invocado, gestión realizada y estado de avance.
- Los informes mensuales de actividades y el informe final, que permiten controlar el avance y detectar desviaciones respecto de las metas.
- Los informes contables mensuales y el informe contable final, que acreditan el uso de los recursos.
- Las métricas de alcance, visualizaciones e interacción en plataformas digitales, para las acciones de difusión.

El conjunto de estos instrumentos configura un sistema de **monitoreo continuo, con trazabilidad documental de cada resultado**, que permite evaluar de manera objetiva el cumplimiento de las metas durante y al término de la ejecución del proyecto.

**Sobre el nivel de éxito esperado**

ODECU reconoce que la postulación podría haber explicitado con mayor precisión el umbral mínimo de cumplimiento que se consideraría exitoso para cada meta. No obstante, el establecimiento de **metas absolutas y verificables** — 200 atenciones, artículos semanales en dos formatos, campaña de difusión pagada— implica por definición un estándar de cumplimiento: el logro integral de las metas comprometidas.

En el caso de un servicio de atención personalizada ejecutado por profesionales del derecho, cuya naturaleza es esencialmente **reactiva a la demanda real de los consumidores**, establecer porcentajes de éxito fijos para las mediaciones resultaría artificioso, toda vez que el resultado de cada mediación depende también de la voluntad y conducta del proveedor.

Por ello, la propuesta se orientó a medir el cumplimiento del proceso (número de mediaciones propuestas, número de mediaciones realizadas, resultado obtenido), lo cual constituye un indicador de eficacia más robusto y honesto que una tasa de éxito predefinida.

### **III. Naturaleza diferenciada del SAC: servicio jurídico integral con componente educativo**

ODECU estima que la evaluación no refleja adecuadamente una característica central del proyecto que lo distingue de otros servicios de atención al consumidor: el SAC es un servicio jurídico especializado, prestado en su totalidad por profesionales abogados, que opera de manera integral en tres dimensiones simultáneas.

#### **a) Dimensión jurídica: orientación y asesoría de calidad profesional**

Las atenciones del SAC no consisten en la mera derivación a otras instancias ni en la entrega de información genérica sobre derechos. Cada consulta es analizada jurídicamente por una abogada especializada en derecho del consumidor, bajo la supervisión de un abogado coordinador. Esto significa que el consumidor recibe una **evaluación técnica individualizada de su caso**: identificación de los derechos vulnerados, análisis de las opciones disponibles (mediación, denuncia ante el SERNAC, acción judicial, recurso ante organismos sectoriales), y orientación estratégica sobre la vía más adecuada según las circunstancias concretas. Esta calidad de atención no puede ser equiparada a la prestada por servicios de atención genérica o plataformas automatizadas. La formación jurídica del equipo executor constituye, en sí misma, un factor de valor diferenciador que debió haber sido ponderado en la evaluación de la descripción del proyecto y su coherencia con los objetivos planteados.

#### **b) Dimensión preventiva: producción de contenido educativo**

El SAC no es solo un servicio reactivo. El proyecto contempla una línea activa de **producción y difusión de contenido educativo** derivado de la experiencia acumulada en la atención de casos reales, lo que le otorga un valor preventivo y multiplicador que excede la atención individual.

Los artículos en formato "¿Sabías que?" y "Pregunta frecuente", publicados con frecuencia semanal en dos formatos simultáneos, son elaborados por el mismo equipo jurídico que atiende los casos, garantizando que los contenidos reflejen problemáticas reales y vigentes, en un lenguaje accesible y comprensible para el consumidor promedio. Esta combinación de rigor jurídico y comunicación efectiva es lo que caracteriza la metodología aplicada por ODECU.

**c) Dimensión comunicacional: difusión activa y segmentada**

El proyecto incorpora una estrategia de difusión que combina alcance orgánico —a través de los canales institucionales de ODECU, que ya cuentan con Servicio Nacional del Consumidor Ministerio de Economía, Fomento y Turismo 7 más de 100.000 personas en su alcance digital— con una campaña pagada en Meta Ads, orientada a ampliar el servicio hacia grupos que actualmente no lo conocen. Esta estrategia tridimensional —atención jurídica, educación y difusión— es la que justifica la coherencia del presupuesto y la proyección de beneficiarios directos e indirectos, y es precisamente la que permite al SAC operar como un servicio integral de protección al consumidor, y no como un simple call center o punto de información.

**Solicitud específica de la reclamación**

Con base en los antecedentes expuestos, ODECU solicita respetuosamente al Consejo evaluador la revisión de los puntajes asignados en los Criterios 1 y 6, a la luz de los elementos de la postulación que fueron señalados en esta presentación.

Los contenidos cuya ausencia motivó la baja calificación -fuentes verificables, detalle del problema, metas cuantificables y medios de verificación— se encontraban presentes en la postulación, aunque en algunos casos con un nivel de explicitación que, según esta revisión, no fue suficientemente apreciado. Adicionalmente, la naturaleza jurídica especializada del SAC y su componente educativo permanente constituyen factores de valor que refuerzan la coherencia y el impacto del proyecto, y que ameritan una ponderación favorable.

ODECU reafirma su compromiso con la calidad técnica de sus proyectos, con la protección efectiva de los derechos de las personas consumidoras y con la colaboración activa con el SERNAC en el fortalecimiento del ecosistema de defensa del consumidor en Chile.

**PARTE II: ANÁLISIS EFECTUADO**

**Análisis efectuado por el Consejo de Administración del Fondo Concursable**

Revisado nuevamente el proyecto, en el diagnóstico se mantiene la opinión de que se hacen aseveraciones **sin sustento que acrediten que el eventual problema deba corregirse mediante la vía propuesta**. A modo de ejemplo, el diagnóstico se basa en las **aseveraciones efectuadas por la asociación al momento de realizar la postulación**, que a continuación se indican (se destacan los elementos principales en negrita), sin que se mencionen las bases que sustentan estas afirmaciones, y eso conlleva a su vez, a que no se sepa a ciencia cierta si el eventual problema vaya a ser abordado con la estrategia adecuada:

*"[...] En un número significativo de casos, estos conflictos no logran una solución concreta, ya sea por falta de información del consumidor, por respuestas estandarizadas e insuficientes de las empresas o por la complejidad técnica de los argumentos jurídicos involucrados.*

*A lo anterior se suma un fenómeno particularmente relevante en los últimos años: la **acelerada digitalización de los mercados y la incorporación masiva de tecnologías basadas en inteligencia artificial (IA)** en los procesos de atención al cliente, postventa y delivery.*

*Actualmente, **una parte importante de los reclamos de consumidores se canaliza a través de plataformas automatizadas, chatbots, sistemas de respuesta predefinida y flujos de atención gestionados por algoritmos**, especialmente en rubros como el comercio electrónico, servicios financieros, telecomunicaciones, seguros y plataformas de reparto.*

*Si bien estas herramientas tecnológicas se presentan como mecanismos de eficiencia, en la práctica han generado nuevas barreras de acceso a soluciones reales, pues **muchas plataformas priorizan la contención del reclamo por sobre su resolución efectiva**, limitan el contacto humano, dificultan la trazabilidad de las respuestas y reducen la posibilidad de una evaluación integral del caso concreto.*

***Para una gran parte de los consumidores, interactuar con sistemas automatizados se traduce en sensación de indefensión, desgaste y abandono del reclamo**, aun cuando existan derechos claramente vulnerados*

***Este escenario se ve reflejado en el aumento sostenido de los reclamos de consumidores ante distintos organismos.***

***Según cifras oficiales, el Departamento de Gestión de Reclamos (DGR) de SUBTEL informó un aumento del 6% en los reclamos durante el año 2022, alcanzando 59.879 casos, mientras que el SERNAC ha reportado incrementos sustantivos en determinados mercados, como el rubro de seguros, donde los reclamos aumentaron en más de un 160% entre 2021 y 2022.....***

***..... Ello ha generado una creciente demanda por servicios especializados de orientación, asesoría y acompañamiento,***

**capaces de traducir el lenguaje técnico-jurídico a un nivel comprensible y útil para la ciudadanía.[...].**

Respeto de lo expuesto, este Consejo destaca con mayor énfasis estas dos últimas frases ya que fue parte del análisis global efectuado, toda vez que para que hubiese existido una concordancia plena al menos en esta afirmación, el proyecto debió haber dado cuenta con cifras del aumento progresivo mencionado, lo que no ocurrió.

En cuanto a la verificabilidad de las fuentes, la evaluación de este Consejo fue clara en el sentido de señalar que si bien las fuentes son confiables, no se podía acceder a lo señalado ya que no habían links para comprobar lo indicado, pudiendo también existir otras alternativas: *"se citan fuentes pero no se acompañan links u otros elementos que permitan verificar lo sostenido por la AdC"*.

Pasando a otro de los puntos en controversia mencionados en la reclamación, *(nivel de detalle del problema y la iniciativa)*, se determina que si bien hay información relacionada en distintos puntos del proyecto, no se da cuenta de manera clara el "cómo" van a realizar las distintas actividades propuestas, que es parte esencial de la valoración que se lleva a cabo.

En cuanto a los productos comprometidos y el número de beneficiarios, se mantiene lo señalado, toda vez que los productos comprometidos son: atenciones, mediaciones, artículos educativos y material gráfico de difusión, y los beneficiarios directos conforme a lo declarado serían 200 personas, las que, de acuerdo a lo que se lee en el proyecto, corresponde a las atenciones efectuadas. En ese sentido los otros productos también deberían ser claramente indicados en cuanto a su cobertura.

## **Antecedentes**

1.- Criterio 1 de las Bases, Diagnóstico y justificación del problema de consumo

<p><b>- Definición clara del problema de consumo</b></p>	<p>Se deberá presentar un diagnóstico y descripción sobre la naturaleza y magnitud del principal problema de consumo que se pretende abordar, sus efectos o impactos negativos para la protección de los derechos de los consumidores. El problema debe identificarse claramente de la sola lectura del diagnóstico, respondiendo directamente a ¿cuál es el problema de consumo abordado? y mostrando antecedentes tanto cuantitativos como cualitativos que sustentan su existencia y la necesidad de ser objeto de intervención.</p>
--	---

<p>Fomento y Turismo</p> <p><b>- Identificación de causas del problema</b> <b>- Identificar sus efectos y consecuencias</b></p>	<p>Para el problema descrito deberán identificarse las causas que lo provocan, a fin de orientar de manera adecuada las acciones tendientes a su solución. Las causas de un problema pueden ser múltiples o únicas, sin embargo deben hallarse claramente identificadas como parte del diagnóstico. Así como también deberán identificar los efectos y consecuencias del problema de consumo que se qui</p>
<p><b>- Población afectada.</b></p>	<p>El diagnóstico deberá indicar quiénes son los consumidores directa e indirectamente afectados por el problema de consumo observado, describiendo y cuantificando tanto la cantidad de personas totales que sufren la situación (población potencial), como la cantidad de personas que podrían llegar a ser beneficiarias de la iniciativa (población objetivo), así como, de existir, los criterios específicos en base a los cuales se focalizará la intervención.</p>
<p><b>- Fuentes / Referencias</b></p>	<p>El diagnóstico y descripción del problema, sus causas y población afectada deberán contar con sustento y justificación a través de información que resulte confiable y verificable, la cual dé cuenta de la efectiva existencia del problema de consumo; como pueden ser estudios, estadísticas, información levantada y sistematizada por la propia AdC, literatura, etc. Las fuentes deben ser pertinentes con el diagnóstico abordado y deben ser indicadas en el soporte respectivo, por ejemplo <a href="https://www.sernac.cl/">https://www.sernac.cl/</a></p>
<p>Se valorará que la redacción sea concisa y clara, con lenguaje simple y exista lógica en los antecedentes y conclusiones presentados. Así mismo, se valorará la relación del problema priorizado con los esfuerzos desarrollados por el SERNAC y otros Servicios Públicos en materias de protección al consumidor.</p>	

2.- Criterio 6 de las Bases, resultado esperado

<p><b>- Resultado esperado</b></p>	<p>Deberá identificar los logros concretos y resultados medibles que el proyecto debe generar para alcanzar los objetivos específicos del proyecto. Para lo cual se deberá establecer los niveles de logro y su consecuente definición de metas. Identificando entonces en su descripción, los resultados esperados, el nivel de éxito esperado y los medios de verificación.</p>
------------------------------------	---

<b>Permanencia del proyecto en el tiempo</b>	Deberá incorporar una o más acciones concretas que garanticen de manera óptima los efectos y resultados del proyecto en el tiempo.
<b>- Medición de eficacia</b>	Se deberá determinar la medición de eficacia que permita evaluar si se alcanzaron los objetivos o metas planificadas.

3.- Formulación del proyecto en lo que respecta a la reclamación efectuada [https://drive.google.com/file/d/1Jm26QzH0Mm416Ycvq\\_X9aT8vMUVRd1L8/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1Jm26QzH0Mm416Ycvq_X9aT8vMUVRd1L8/view?usp=drive_link)

### **PARTE III: DETERMINACIÓN DEL CONSEJO**

#### **Determinación del Consejo de Administración del Fondo Concursable**

El Consejo de Administración del Fondo Concursable, habiendo revisado los argumentos presentados por la Asociación de Consumidores en su reclamación, decide; **mantener la evaluación del proyecto**, toda vez que efectuado el análisis respectivo y teniendo a la vista lo establecido en las Bases que rigen el presente llamado, más específicamente los elementos objetivos de evaluación establecidos en los criterios 1 y 6, la postulación formulada por la Asociación en su oportunidad, así como los argumentos esgrimidos por ésta última en la presentación efectuada, este Consejo decide mantener el puntaje otorgado en ambos elementos (criterios 1 nota 4; criterio 6 nota 4) y por ende la calificación final obtenida.

Lo anterior obedece a que, del análisis efectuado, no es factible observar elementos que hayan sido omitidos al momento de la evaluación, pudiendo verificar objetivamente, que hay antecedentes que no se desprenden de la sola lectura de la iniciativa originalmente presentada y que más allá de los argumentos esgrimidos por la AdC en su reclamación, conllevan por tanto al puntaje otorgado.

### **PARTE IV: PUBLICIDAD Y ACTA**

Para el adecuado conocimiento de esta acta y los detalles de la reclamación, los resultados expresados en el presente documento serán dispuestos de manera íntegra en la página web del Servicio Nacional del Consumidor. Mediante el presente se notifica por escrito.



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Participan de esta decisión los consejeros:** Diego Espinoza; representante del Servicio Nacional del Consumidor, Camila Fernández; Representante del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Eduardo Reveco; Académico experto en Derecho de Consumo y María Elena Moreno; Academia experta en Evaluación de Consumo.

Santiago, 20 de mayo de 2026

**Paulina Espinoza Serra**  
**Coordinadora General**

**Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores**

