

4

**FORMULARIO ÚNICO DE POSTULACIÓN  
PRIMER LLAMADO CONCURSO DE PROYECTOS 2010**

**I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

**1. NOMBRE DEL PROYECTO.**

“La Casa del Consumidor”

**2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.**

General			Específica
Nacional		Regional/ Local	X

**3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.**

<b>Nombre:</b>		<b>RUT:</b>	
Asociación de consumidores acción inteligente		65.895.170-k	
<b>Domicilio:</b>		<b>Comuna:</b>	<b>Región:</b>
Pedro Pablo Muñoz 370, oficina e.		La Serena	IV región de Coquimbo
<b>Teléfono:</b>	<b>Correo electrónico:</b>		<b>Fax:</b>
51- 223330	consumidorprotegido@gmail.com		
<b>Nombre representante legal.</b>			<b>Cédula Identidad N°:</b>
Amadeo Baldecchi Bravo.			8.082.720-2
<b>Personalidad Jurídica N°:</b>	<b>Fecha otorgamiento:</b>	<b>Organismo:</b>	
1-4 ac	6 de febrero de 2008	Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.	
<b>Registro Asociación receptora Fondos SERNAC</b>		<b>Registro Central Colaborador del Estado N°</b>	
<b>N°</b>	<b>Año</b>	<b>N°</b>	<b>Año</b>



**4. IDENTIFICACIÓN DIRECTORIO DE LA ASOCIACIÓN POSTULANTE.**

Nombre	Cargo	Cédula Nacional de Identidad N°
Amadeo Baldecchi bravo	Presidente	8.082.720-2
Eduardo Olivares	Vicepresidente	5.639.355-2
Johana Araya Carvajal	Secretaria	15.801.520-k
María Teresa Rojas	Tesorera	11.007.985-0
Nicolás Graña	Vocero	14.401.382-4
Carla Parra Aldunate	Directora 2	16.188.534-7
Rodrigo Fernández Portaluppi	Director 1	9.857.407-7

**5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.**

<b>Responsable directo:</b>		<b>Dirección:</b>	
Carla Parra Aldunate		Gustavo Arqueros 772	
<b>Comuna:</b>	<b>Fono-fax:</b>	<b>Correo electrónico:</b>	
La Serena		c.parra.aldunate@gmail.com	
<b>Teléfono de contacto (fijo):</b>	<b>Teléfono de contacto (celular):</b>		
	8-9796728		



**6 POSTULACIONES PREVIAS.**

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , cuántos proyectos ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	4			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	2			
¿La ACTUAL propuesta, es continuación de un proyecto anterior, financiado por el Fondo o no?	SI		NO	X
Si la respuesta previa es SI, indique el (los) proyecto (s) de que es continuación la actual propuesta (Nombre y año de ejecución):	Nombre del proyecto			Año
	“ ... ”			200X
	“ ... ”			200X
	“ ... ”			200X
	“ ... ”			200X
	“ ... ”			200X

**7 ORDEN DE POSTULACIÓN DEL PROYECTO.**

<p>El presente proyecto es calificado POR LA ASOCIACIÓN con el número:</p> <p>(De acuerdo a las Bases del Primer Llamado a Concurso 2010, en caso de igualdad de puntaje de dos proyectos de una misma Asociación después de haber aplicar los criterios de evaluación definidos, el Consejo <u>deberá considerar el orden sugerido por la propia Asociación para determinar la respectiva selección del proyecto priorizado.</u>)</p>	1º
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----



**II. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.****1. Identificación del problema de consumo y población afectada.**

Presentar de manera clara y precisa el problema de consumo que el proyecto se propone trabajar.

PREGUNTAS GUÍA: ¿Se identifica qué problema de consumo abordará el proyecto? ¿Es posible cuantificar el problema? ¿Qué fuentes han sido consultadas para definir el problema? ¿Se indica elementos económicos, sociales, culturales que den contexto al problema planteado o lo justifiquen? ¿La población afectada por el problema está identificada con claridad, descrita y cuantificada? ¿La población está diferenciada por sexo? ¿La población está diferenciada por rangos de edad? ¿Se describe cómo afecta el problema planteado a hombres y mujeres, de manera diferenciada? ¿Se precisa por qué es importante la realización del proyecto postulado o su continuación, en el caso de los de continuidad? ¿Propone algún cambio en las conductas y valores de consumo de las personas? ¿Apunta al mejoramiento de necesidades concretas de los consumidores/as?

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	2	4	8

Hoy en día, las asociaciones de consumidores han tomado gran importancia en su entorno inmediato, por el hecho de entregar información relevante sobre temas de consumo. Con este fin, cada asociación va creciendo y realizando nuevas actividades que fortalezcan su lazo con la sociedad. Dentro de éstas, se realizan charlas informativas, entregar información audiovisual, realizar focus group o encuestas, etc.

Es en esta etapa de formación y desarrollo que se hace imperioso, para una asociación de éstas características, poseer un espacio físico en donde proporcionar estas labores a la comunidad.

Es el caso de algunas asociaciones de consumidores en Chile, que aún no cuentan con este espacio físico y sólo deben remitirse a solicitar a otras entidades alguna sala de reunión o algún pequeño espacio para poder ejercer su quehacer.

En este sentido, creemos como asociación que el no contar con un espacio designado específicamente para los labores propios de la asociación, nos perjudica en los siguientes aspectos:

- No poseemos un lugar de encuentro estable con nuestros directores, socios y público en general.
- No poseemos una dirección válida.
- No tenemos completa disposición del lugar para las actividades que realizamos.
- No tenemos un número de teléfono fijo al cual nuestros adherentes puedan ubicarnos.

Todo lo anteriormente expuesto, va en desmedro de la asociación, ya que limita el actuar de la misma, sujetando éste a la voluntad de alguna otra organización para que nos facilite sus dependencias en la disposición que ellos tengan, que no es necesariamente la que nosotros elegiríamos.

La opción de poseer un lugar propio como asociación, mejora la calidad de atención y los servicios que podamos prestar a la sociedad, tanto a hombres como a mujeres, sin importar la



edad, de la IV región. Con este paso, además de informar sobre temas de consumo, logramos crear un lugar de encuentro de los distintos habitantes de la IV región, para comparar necesidades, establecer diferencias, definir similitudes y lograr unificar criterios respecto a temas relevantes.

Así, sabremos qué es lo que opina la 'IV región de Coquimbo', qué temas creen prioritarios y ver la forma en que se puedan resolver.

La idea de esta 'Casa del Consumidor' es que sea la primera plataforma para darnos a conocer más a la gente y que ellos nos puedan visitar sin inconvenientes. Con este paso podremos concretar visitas, charlas, invitar a autoridades, etc..





**1.1 A COMPLETAR CUANDO EL PROYECTO SEA CONTINUACION DE OTRO FINANCIADO POR EL FONDO CONCURSABLE O POR OTRA FUENTE.**

En caso de proyectos de continuación se debe indicar los resultados obtenidos en los proyectos anteriores, la evaluación realizada a su ejecución por la Asociación y la justificación de la nueva etapa propuesta. No olvidar mencionar las dificultades presentadas en la ejecución de la/s etapa/s anteriores de la ejecución del proyecto.

Se debe indicar brevemente **cuál o cuáles serán los nuevos aportes del proyecto y cuál es el valor agregado para la población beneficiada**, con la ejecución (continuidad) del proyecto que se postula.

La evaluación de la información de este apartado será considerada en los puntajes asignados en el apartado II .1 y en II.3





## 2. Definición de la Población Objetivo.

Definir la población que resultará beneficiada directamente con el proyecto.

**PREGUNTAS GUÍA:** ¿Se informa a cuántas personas beneficiará directamente el proyecto (población objetivo), y cómo lo hará? ¿Se justifica adecuadamente por qué se trabajará con esas personas? ¿Se señalan los criterios de selección de esas personas como beneficiarios/as directos/as?

### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

Con este proyecto esperamos beneficiar directamente a los principales grupos sociales de la región de Coquimbo, como lo son dirigentes de Juntas de Vecinos de La Serena y Coquimbo, alumnos y profesores de distintos Colegios de las principales localidades de la región (especialmente de la enseñanza media), agrupaciones de adulto mayor, agrupaciones deportivas, etc.

En este ámbito, serán beneficiadas aproximadamente 1000 personas de entre 15 y 80 años de edad, de La Serena y Coquimbo

De esta forma podremos informar directamente a los directivos y alumnos de las distintas entidades educacionales y sociales de las principales ciudades de la región de Coquimbo e indirectamente en las personas en las que ellos tengan influencia.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1000 Personas de las distintas Entidades Sociales y Educacionales de la Región De Coquimbo.		





### 3. Descripción del proyecto.

Indicar claramente qué es lo que se pretende realizar y cuáles serán las estrategias que se utilizarán para dar solución parcial o completa al problema descrito.

**PREGUNTAS GUÍA:** ¿Qué se hará? ¿Cómo se hará? ¿Cuándo y dónde se hará? ¿Cómo se organizará? ¿El objetivo general y los objetivos específicos son consistentes con la identificación del problema? ¿Los objetivos específicos están descritos con precisión? ¿Los resultados esperados tienen relación con los objetivos planteados? ¿Los resultados esperados están descritos con precisión? ¿Los resultados esperados pueden ser medidos? ¿Se define cómo se realizará la medición de los resultados? ¿Se precisa por qué es importante la realización del proyecto postulado o su nueva ejecución, en el caso de proyectos de continuidad? ¿Incide en la política pública de consumo? ¿Se indican verificadores consistentes con cada actividad y resultado esperado?

#### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

El proyecto “La Casa del Consumidor” es una instancia de reunión para los participantes y público en general de la región de Coquimbo, que realizará charlas informativas, entrega de orientación respecto de los temas de consumo, encuestas a los asistentes, entre otras actividades. Esta iniciativa nos parece importante ya que es la mejor forma de reforzar lazos y crear nuevas relaciones con el entorno inmediato de la asociación. De esta forma, las personas y los grupos de personas de las ciudades mencionadas tendrán la posibilidad de darnos su opinión sobre los temas tratados en las charlas, realizar consultas, aclarar dudas y poseer mayor información al respecto.

Este proyecto se llevará a cabo entre el 5 de Abril y el 30 de Septiembre del año en curso, contemplando 6 meses de trabajo. El plan de difusión, será a través de afiches que se ubicarán en la oficinas municipales, del Sernac , juntas de vecinos, murales públicos, etc. Además, se les enviará un correo a todos nuestros socios con una invitación virtual.

Para la realización de esta Casa del Consumidor, se necesitará un Coordinador general, quien programará las visitas y coordinará lo necesario para realizar las actividades. Además, permanentemente habrá 2 monitores que dicten las charlas y cursos de información audiovisual, 3 veces por semana, 2 hora cada vez.

En todo el proceso necesitaremos contar con una secretaria que trabajará media jornada, desde las 9.00 a las 14.00 hrs, quien atenderá las llamadas y consultas del público visitante. Además, podremos recibir consultas mediante internet, a través de nuestro correo consumidorprotegido@gmail.com, el cual estará abierto todo el día. Será labor de la secretaria transmitir los mensajes que lleguen al correo a las personas pertinentes o a todo el directorio si es necesario. Ella, en conjunto con el Coordinador General, estará pendientes de que se concreten las reuniones, llamar, confirmar, hacer las invitaciones, etc.

Las charlas durarán 1 hora apróx. cada una, en donde se establecerán algunas líneas generales sobre el tema del consumo, derechos y deberes, se resolverán preguntas. Se llevará un registro de todos los asistentes a las charlas. Los temas a tratar en las charlas serán los siguientes:

- Derechos y deberes del consumidor.
- Cómo cotizar.
- Marca ≠ calidad.
- El Marketing y el Consumo



Al final de cada charla se realizará una pequeña encuesta, para saber qué temas sobre consumo creen que son más importantes y prioritarios de analizar y también para evaluar la atención de la asociación. Se pretende tabular las opiniones vertidas en esta etapa con el fin de abocar nuestro trabajo a las necesidades de la sociedad donde nos desarrollamos.

Las consultas por teléfono serán contabilizadas en una planilla donde se les tomarán los datos principales a los consumidores (nombre completo, teléfono, y rut).

En todo este proceso, esperamos aumentar nuestros socios y alentarlos a que nos puedan colaborar de forma activa.

El material que se utilizará en cada charla, será elaborado por la asociación, en conjunto del Coordinador General y los monitores. Cada uno de ellos podrá aportar desde sus conocimientos, algunos tópicos a tratar en cada reunión. Así mismo las preguntas de la encuesta y evaluación.



<b>Objetivo General:</b> (Indicar la contribución general del proyecto a la superación del problema planteado)	<b>Objetivos Específicos:</b> (Indicar el aporte mas directo del proyecto a la superación del problema planteado)	<b>Resultados Esperados</b> (Indicar claramente qué se espera lograr con la ejecución de las actividades que están consideradas en este objetivo)	<b>Presupuesto por objetivo</b> (Indicar con precisión los montos del presupuesto asociado a cada uno de los resultados esperados)
Contribuir, a través de una oficina a la información y aclaración de dudas de las personas que nos visiten en la región de Coquimbo.	Realizar 2 charlas a colegios por mes. Los cursos constarán entre 25 y 40 alumnos.	Informar a 480 alumnos sobre temas de consumo, obtener la opinión de ellos respecto al tema y realizar una pequeña encuesta al finalizar la jornada.	\$210.000
	Invitar a 2 asociaciones de otro tipo, por ejemplo, directivos de juntas de vecinos, organizaciones deportivas, de discapacidad, de adultos mayores, etc. Por mes.	Recibir a lo menos 400 personas de estas entidades sociales y recreativas.	\$550.000
	Recibir a lo menos 20 consultas y vía internet.	Crear la planilla con los datos de 160 personas que hagan consultas y ver la posibilidad de incluirlos como socios.	\$229.458



### III. PLAN DE ACTIVIDADES.

Definir con precisión el plan de actividades del proyecto, en función de la definición de los objetivos y resultados esperados; del equipo ejecutor; y de las etapas establecidas.

#### 1. Definición de las actividades.

- PREGUNTAS GUÍA ¿Son las actividades consistentes con los objetivos y resultados esperados del proyecto? ¿Se detalladamente cómo se ejecutará el proyecto? ¿Son claras las tareas definidas para el equipo ejecutor? ¿Se indica los costos asociados a cada una de las actividades?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	2	5	10

#### 2. Distribución del tiempo (cronograma).

- PREGUNTAS GUÍA ¿Está bien especificado el cronograma de actividades? ¿Los plazos propuestos para la implementación son razonables? ¿Los tiempos destinados a las distintas actividades permiten alcanzar los resultados esperados del proyecto?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	2	4	8





<b>Resultados Esperados</b> (Indicar claramente qué se espera lograr)	<b>Actividades</b> (Indicar cada una de las actividades NECESARIAS para cumplir con lo esperado)	<b>Presupuesto de la actividad</b> (Precisar el costo parcial o total de la actividad, en pesos (\$))	<b>Responsable</b> (Indicar integrante/s del equipo ejecutor)	<b>Fecha de ejecución de la actividad.</b>
Informar a los alumnos sobre temas de consumo, obtener la opinión de ellos respecto al tema y realizar una pequeña encuesta al finalizar la jornada	Preparar la charla informativa para alumnos entre 14 y 16 años de edad. Confeccionar encuesta aplicada al final de la charla.	\$200.000	Coordinador general, Monitores.	Abril 2010.
Invitar a 2 asociaciones de otro tipo, por ejemplo, juntas de vecinos, organizaciones deportivas, de discapacidad, de adultos mayores, etc.	Preparar la charla para cada perfil de grupo. Aplicar encuesta al final de la Visita.	\$400.000	Coordinador, monitores, asociación.	Abril a Septiembre, 2 veces al mes.
Recibir a lo menos 15 llamadas telefónicas por consultas	Realizar planilla Excel con las llamadas recibidas y datos principales del consultor.	\$ 50.000	Secretaria, asociación.	Abril a Septiembre.



#### IV. PLAN DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.

Definir el plan de gastos del proyecto, en función de la definición de los objetivos y resultados esperados; de las actividades y etapas establecidas.

**1. Consistencia presupuestaria.** PREGUNTAS GUÍA ¿Es consistente el presupuesto con las actividades, los objetivos y resultados planteados? ¿La distribución de gastos de personal, operacionales, de difusión e inversión se justifica en función del plan de actividades propuesto?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

**2. Sustentación de solicitudes presupuestarias.** PREGUNTAS GUÍA ¿Los honorarios solicitados / valorados, responden a valores de mercado conforme a la calificación de los ejecutores y a los tiempos dedicados a las actividades del proyecto? ¿Los gastos operacionales, de difusión e inversión están respaldados adecuadamente, por ejemplo, con cotizaciones?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

**3. Cronograma de gastos.** PREGUNTAS GUÍA ¿Se observa consistencia de los tiempos de ejecución del gasto, con el cronograma de actividades planteado?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6





1. Gastos de honorarios.

<b>GASTOS DE HONORARIOS</b> (Asesoría profesional o experta contratada por el Proyecto).						
<b>Identificación del honorario</b>		<b>Función proyecto</b>	<b>Indicar mes /período estimado del Gasto</b>	<b>Solicitados Fondo Concursable. (\$)</b>	<b>Aportados por la Asociación o terceros.</b>	
<b>Nombre completo</b>	<b>Cédula Nacional del Identidad</b>				<b>Efectivo (\$)</b>	<b>Valorado (\$)</b>
Coordinador General		Coordinar las charlas, y actividades que se realizarán durante el año.	4 horas 3 veces por semana durante un año.	\$600.000		
Monitor 1		Realizar la charla o guiar visita informativa	3 horas pedagógicas, 3 veces por semana durante un año.	\$480.000		
Monitor 2		Realizar la charla o guiar visita informativa	3 horas pedagógicas, 3 veces por semana durante un año	\$480.000		
Secretaria			Media Jornada.	\$480.000		
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>				<b>\$2.040.000</b>		





**2. Gastos operacionales.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
Alimentación	6 meses	Café y galletas.	\$750.000				
Movilización							
Materiales de escritorio.	6 meses	5 resmas de hojas tamaño carta, lápices, cuaderno.	\$65.000				
Impresión de materiales.	6 meses	Tinta para material de carpetas. Afiches.	\$50.000				
Comunicaciones		Invitaciones vía internet y telefónicas	\$80.000				
Constitución de garantías.							
Arriendos	6 meses	Arriendo del local por un año	\$910.000				
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>			<b>\$1.855.000</b>				





**3. Gastos de difusión.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
Costo de actividades de difusión de la realización del proyecto.	Abril- Mayo.	- Impresión de 100 afiches de distribución con información sobre el proyecto a la ciudadanía. - Impresión de un pendón de ACAI.	\$391.500				
Costo de difusión del proyecto en medio de comunicación local, regional o nacional.							
Costo de difusión de resultados del proyecto.		- Ceremonia de cierre de los talleres, con invitación a dirigentes y autoridades locales. - Inserto en prensa local, con información de resultados del proyecto. Averiguar cuánto sale un inserto en el diario el día.	\$150.000				
Otros gastos		Coctel para 50 personas.	\$175.000				
Otros gastos		(Indicarlos)					
Otros gastos		(Indicarlos)					





# SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor



## Fondo Concursable

2010

para asociaciones de consumidores

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>		<b>\$716.500</b>					

ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification



www.sernac.cl - 6005946000 - Municipio  
Construyendo un Chile más justo y solidario en materia de consumo para todos



**4. Gastos de inversión.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
Equipamiento 1							
Equipamiento 2							
Mobiliario 1		Adquisición de muebles de escritorio, sillas, sillón, mesa de trabajo.	\$448.210				
Mobiliario 2							
Otras inversiones 1.							
Otras inversiones 2.							
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>			<b>\$448.210</b>				





5. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	\$2.040.000		
OPERACIONALES	\$1.855.000		
DIFUSIÓN.	\$716.500		
INVERSIÓN	\$448.210		
TOTAL POR ÍTEM (\$)			
TOTAL PROYECTO (\$)		\$5.059.710	

**V. EXPERIENCIA DEL EQUIPO EJECUTOR Y DE LA ASOCIACIÓN.**

**1. Experiencia del equipo ejecutor en materias propuestas en el proyecto.**

Informar sobre experiencia de ejecutores/as del proyecto en materias propias del proyecto y/o similares.

PREGUNTAS GUÍA: ¿Está definido un equipo ejecutor, cuántas personas lo componen? ¿El/los currículo/s de los ejecutores/as, da cuenta de experiencia previa en las temáticas propuestas en el proyecto o similares? ¿Los/as postulantes acompañan documentación que acredita esta experiencia?

**Puntajes asociados.**

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	3	6	13

Se adjuntan Currículos vitae.

- Carla Parra: Coordinadora General.
- Johana Araya: Monitora 1
- XXX : Monitor 2
- XXX : Secretaria.
- 

El equipo en primera instancia, estará conformado por Carla Parra Aldunate como Coordinadora general. De profesión Relacionadora Pública. Johana Araya como Monitora 1, de profesión Asistente Judicial.

Los cargos de Monitor 2 y de Secretaria aún están en evaluación de currículum.



**2. Experiencia de la Asociación en la ejecución de iniciativas en la materia propuesta.**

Informar sobre desarrollo de iniciativas similares por parte de la Asociación. En este apartado se considerará, complementariamente, la información aportada en los casos de proyectos de continuidad.

PREGUNTAS GUÍA: ¿La Asociación ha realizado actividades similares o ha participado de actividades que estén relacionadas al proyecto propuesto? ¿Existe información sobre los resultados del trabajo desarrollado por la Asociación en materias propias del proyecto o similares?

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	3	6	<b>13</b>

Como asociación, hemos desarrollado anteriormente charlas informativas de éste tipo, con los propios recursos de los directores. Es así como hemos podido acudir a otras comunas de la IV región, incluyendo Monte Patria y Ovalle.

El cuerpo directivo de ACAI posee grandes capacidades relatoras. El manejo comunicacional de ACAI en su conjunto, es de gran empatía con las personas. Con éste proyecto, lograremos que más habitantes de la región puedan informarse de manera simple con temas de relevancia para ellos en materia de consumo.

Hatsa el momento, no poseemos material en donde se plasme la participación de los Directivos de ACAI en charlas o reuniones con la comunidad.



## VI. EXTERNALIDADES DEL PROYECTO.

### 1. Participación de los consumidores/as.

Información sobre formas de participación de los consumidores/as, en las distintas etapas de formulación del proyecto y de su ejecución.

PREGUNTAS GUÍA: ¿La definición del problema consideró instancias consultivas u otras formas de participación de la comunidad? ¿La ejecución del proyecto considera la presencia activa de algún colectivo o comunidad en su ejecución? ¿Se considera la evaluación del proyecto por parte de los beneficiarios/as u otro colectivo relacionado al él? ¿Se definen los instrumentos a través de los cuáles se realizará esta evaluación?

#### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

Nuestro proyecto de 'La Casa del Consumidor', contempla dentro de su desarrollo el ítem de evaluación, tanto interna como externa.

La instancia consultiva y/o resolutive, se plasmará en la encuesta que se aplicará a cada visitante cuando haya terminado su visita por la casa. Esta encuesta tiene contempladas 5 a 6 preguntas, donde rescataremos lo más relevante de nuestros participantes.

La idea es que podamos saber qué opina de los temas tratados en las charlas o en su visita y asimismo, ponderar qué opinión le merece ésta actividad en cuanto a la asociación (se evaluará grado de organización, profundidad de temáticas, desarrollo de los temas, etc.)



## 2. Replicabilidad de la iniciativa postulada.

Reseñar condiciones de la ejecución del proyecto o de sus resultados, referidas a reproducción o continuidad de la iniciativa.

**PREGUNTAS GUÍA:** ¿Es posible distinguir con claridad cómo se podría reproducir la experiencia? ¿Es posible continuar las acciones del proyecto en el futuro, por parte de la Asociación ejecutora o de otras Asociaciones? ¿Es posible dar continuidad a la iniciativa con recursos propios de la Asociación o con apoyo de otros actores sociales o institucionales?

### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

Opinamos que ésta iniciativa es una buena práctica para replicar en otras localidades y por otras asociaciones. La idea principal del proyecto está directamente vinculada con el fin último que tienen todas las asociaciones de consumidores: Entregar información del tema a las demás personas.

Con ésta máxima, la idea de hacer charlas informativas y otras actividades dentro de una sede, se convierte en una de los mejores espacios de encuentros entre sociedad y asociación. Ésta idea fortalece vínculos con las personas y demás asociaciones, privilegiando el diálogo y mutuo entendimiento entre ellas.



### 3. Aporte al movimiento consumerista.

Indicar los elementos de la ejecución del proyecto que constituyen un aporte al desarrollo de un movimiento de consumidores y de su asociatividad; de la relación con otros actores sociales y con la ciudadanía en general.

PREGUNTAS GUÍA: ¿El desarrollo del proyecto contribuye a fortalecer a la Asociación ejecutora? ¿El proyecto representa un aporte para otras Asociaciones de Consumidores? ¿La ejecución considera la co-ejecución de otras Asociaciones? ¿La ejecución contribuye al desarrollo de la asociatividad en consumo, con otras Asociaciones de Consumidores? ¿El proyecto busca vincular a la Asociación con otros actores del sistema de protección del consumidor (de la Sociedad Civil, del Estado, o de los Proveedores)? ¿Los compromisos o acuerdos sobre el proyecto, con otros actores están debidamente formalizados por escrito?

#### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

El principal aporte al movimiento consumerista es la información replicable que le podemos entregar a la mayor cantidad de personas de la región, esto irá creando una conciencia sobre el tema, lo que como asociación nos parece inmensamente valioso. Mientras más personas valoren y conozcan acerca del tema, mayor relevancia y credibilidad tendrán las diferentes asociaciones de consumidores a lo largo del país.

Esta iniciativa contribuye directamente a la creación e nuevos lazos con los distintos actores del escenario social, lo que se traduce en un aporte a ésta y a otras asociaciones de consumidores.

Creemos fehacientemente que ésta iniciativa promueve los derechos de los consumidores, con el fin de potenciar el movimiento y fortalecer las líneas de acción de las distintas organizaciones de la sociedad civil y del Estado, así también como la de los proveedores en su conjunto, los que cada vez más se interiorizan por temas contingentes como lo son los derechos del consumidor.



## VII. ANTECEDENTES COMPLEMENTARIOS.

Si la Asociación postulante estimara necesario aportar otros antecedentes, que complementen la propuesta formulada de acuerdo a las secciones precedentes, podrá integrarlos en este apartado. Podrá, asimismo, anexar otros documentos que apoyen la fundamentación de su propuesta.

En el caso de las propuestas de la línea de proyectos específicos, podrá aportar información que complete lo aportado o se refiera a algún requisito particular.

La información de este apartado será **considerada transversalmente en la evaluación del proyecto o en los aspectos que expresamente refiera deba ser considerada** la propia Asociación postulante.