

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

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

"La página Web odecu.cl se mantiene y se enriquece en 2010"

2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.

General			Específica
Nacional	X	Regional/ Local	

3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre:		RUT:	
ODECU – ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE CHILE		73.342.000 - 6	
Domicilio:		Comuna:	Región:
Paseo Bulnes 107, of. 43		Santiago	RM
Teléfono:	Correo electrónico:	Fax:	
671.46.78	odecu@odecu.cl	671.46.78	
Nombre representante legal.		Cédula Identidad N°:	
Stefan Larenas Riobó		5.788.123 - 2	
Personalidad Jurídica N°:	Fecha otorgamiento:	Organismo:	
06 - AC	3 de junio de 2005	Ministerio de Economía	
Registro Asociación receptora Fondos SERNAC N°:	Registro Central Colaborador del Estado N°		
05	S/N		



4. IDENTIFICACIÓN DIRECTORIO DE LA ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre	Cargo	Cédula de Identidad N°
Stefan Larenas Riobó	Presidente	5.788.123 - 2
Ana María Goede Riquelme	Vicepresidenta.	6.306.680 - k
Ricardo Iturra Moyano	Tesorero	3.983.253 - 4
Luis Flores Mimica	Secretario	7.098.571 - 3
Carmen Torres Escudero	Directora	6.562.171 - 5
Reynalina Chavarrí Muñoz	Directora	9.124.450 - 6

5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

Responsable directo:		Dirección:	
Stefan Larenas Riobó		Paseo Bulnes 107, of. 43	
Comuna:	Fono-fax:	Correo electrónico:	
Santiago	671.46.78	stefanl@odecu.cl	
Teléfono de contacto (fijo):		Teléfono de contacto (celular):	
671.46.78 anexo 102		09 318 23 04	



6 POSTULACIONES PREVIAS.

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , cuántos proyectos ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	[Número de proyectos postulados]			
	32			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	[Número de proyectos financiados]			
	17			
¿La ACTUAL propuesta, es continuación de un proyecto anterior, financiado por el Fondo o no?	SI	X	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
	"Ampliación y desarrollo de www.odecu.cl"			2007
	Ampliación y desarrollo de www.odecu.cl			2008
	Ampliación y desarrollo de www.odecu.cl			2009

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>	1°, 2°, ,
--	-----------



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.

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	2	4	8

La experiencia ha demostrado que

La página Web ODECU.CL ha llegado ser un instrumento de primera importancia para el logro de los objetivos de la Organización; uno de los principales es, justamente, contribuir a la información de consumidoras y consumidores tanto sobre las características de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, como también sobre las condiciones de su comercialización; de los derechos involucrados en las distintas circunstancias, así como las formas de ejercerlos y de hacerlos valer.

A través de ella se comunica a un amplio público una gran cantidad de información relevante para el ejercicio y la defensa de sus derechos como consumidoras y consumidores. Por su intermedio, también se responden consultas y se orienta a las personas.

Con este medio, se está respondiendo plenamente a las demandas presentadas por los objetivos del concurso de proyectos del Fondo Concursable.

En efecto,

- difunde el conocimiento de las disposiciones de la ley;
- informa, orienta y educa a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos;
- publica las investigaciones que realiza ODECU en el área del consumo.

ODECU ha acrecentado su experiencia en la administración y desarrollo de la página Web a través de la práctica de los últimos años. Además, su gestión siempre está en manos de profesionales idóneos. En este período se hará cargo de esa tarea la empresa periodística TANK, vinculada a la escuela de periodismo de la Universidad Diego Portales.

Orientación estratégica.- Como ya se dijo, este proyecto responde a problemas reales de los consumidores, mediante la construcción de un bien accesible al público en general.

Legitimidad social.- Las prestaciones ofrecidas –información y orientación- llegan a ser ampliamente conocidas y contribuyen a la generación de iniciativas destinada a incidir en las políticas públicas (como, por ejemplo, sal agregada a los alimentos, proyecto de ley de insolvencia de los hogares, entre otros).

Impacto institucional.- Este medio fortalece el conocimiento y la credibilidad de la organización por parte del público. Por otro lado, con el enriquecimiento de la información y de las secciones que contiene, la página Web ha mejorado notablemente su función de tarjeta de presentación o radiografía de la organización. Ella es visitada y examinada con interés por todas las agencias internacionales que reciben alguna solicitud de apoyo financiero por parte de ODECU.



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

Gracias al financiamiento del Fondo Concursable, hemos logrado desarrollar una página Web que responde a los objetivos institucionales. Es así como ya se han establecido las siguientes constantes:

- o La sección Hoy en la Prensa se actualiza periódicamente. Esta sección recoge las noticias relacionadas con temas relevantes de consumo aparecidos en la prensa, y mantiene un registro histórico.
- o El artículo de encabezamiento con la posición de ODECU sobre un tema específico se renueva semanal o quincenalmente.
- o La sección Tema de opinión se renueva mensualmente.
- o La sección Campañas informa sobre las campañas en curso y recoge iniciativas. Además, se ve reforzada por los materiales publicados en Youtube y en el Facebook de Odecu.
- o La sección Institucional transparenta la información relativa a la organización, su estructura, sus integrantes, sus actividades, sus socios, sus vínculos nacionales e internacionales, sus recursos y sus gastos.

En el año 2009 se presentó la siguiente situación

VISITAS UNICAS A LA WEB

Se registra un total de 56.828 visita en el año

NUMERO DE VISITAS

Se registra un total de 75.995 visitas en el año

NUMERO DE PAGINAS PROMEDIO QUE NAVEGA UN VISITANTE UNICO

6,8 pag. anuales

REGISTRO DE USUARIOS DIRECTOS

Actualmente existen 1.000 usuarios registrados directamente en la Web.

ENVIO DE DATOS (mailing básico)

Aproximadamente 5.000 usuarios.

PARTICIPACION ENCUESTA SOCIAL

Primera encuesta realizada en el sitio con una permanencia de aprox. 4 meses = 400 votos.

Última encuesta realizada con una permanencia de aprox. 5 meses= 518 votos.

Encuesta realizada en el sitio.

REPRODUCCIONES SITIO YOUTUBE

El sitio en YOUTUBE en un año aproximadamente alcanza los 3122 reproducciones de canal.

VIDEOS MÁS VISTOS

Video ya acumula 5.700 reproducciones (motivo campaña contra la publicidad de alimentos AGAS).



FACEBOOK FANS

A la fecha en el sitio Web de ODECU, ya cuenta con 490 fans.
Sin realizar campaña en profundidad de difusión
Mantener y desarrollar estos medios, es, precisamente, el propósito de este proyecto.

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

La gran mayoría de las personas, mayores de 16 o 18 años, que tienen que tomar decisiones de consumo en algún ámbito de su quehacer necesita recibir los servicios que entrega la página Web de ODECU.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Indicar el número total de afectados (población objetivo). 10.000.000 aprox.]	Indicar el número total de hombres afectados. 4.800.000	Indicar el número total de mujeres afectadas. 5.200.000



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

La mantención actualizada y dinámica de la página Web odecu.cl hace de ella un instrumento de primera importancia para la información a los consumidores y para la generación de corrientes de opinión destinadas a incidir en políticas públicas en beneficio de los derechos de las personas como consumidoras. Al mismo tiempo, constituye un medio de posicionamiento de ODECU como un significativo actor social, y que cuenta con la adhesión de un creciente número de ciudadanos.

Ese propósito se cumplirá mediante la realización de las siguientes actividades:

- Publicación de todas las noticias y artículos referentes a temas de consumo aparecidos en la prensa nacional. Actualización diaria. Es la sección Hoy en la prensa.
- Publicación de un artículo que fija la posición de ODECU sobre un tema relevante, sea que ha sido objeto de ocupación reiterada en los medios de comunicación, sea que se piensa que debería ser objeto de atención por los consumidores y por las autoridades. Es el artículo de encabezamiento.
- Publicación de opiniones fundadas de especialistas o de personajes relevantes sobre temas específicos de consumo. Opiniones que pueden dar origen a un debate interesante. Es la sección Temas de opinión
- Información sobre las campañas emprendidas por ODECU, o de las que la organización forma parte; sus fundamentos, sus objetivos, sus actividades, la respuesta de la población y sus resultados. Un lugar destacado tendrá la campaña de captación de miembros de la Red de Amigos de ODECU. Es la sección Campañas.
- Información relativa a la organización, su estructura, sus integrantes, sus actividades, sus socios, sus vínculos nacionales e internacionales, sus recursos y sus gastos. Es la sección Institucional.
- Publicación y envío masivo de un boletín informativo –Newsletter – conteniendo información y recomendaciones para los consumidores; así como información sobre las campañas e invitaciones para unirse a ellas.
- Alimentación y atención del sitio de ODECU en Youtube.
- Mantención de del Facebook de ODECU.
- Publicación y comunicados de prensa (conferencias de prensa) sobre los estudios realizados por ODECU y sobre otros temas relevantes

Para la realización de estas actividades se contará con la participación de la empresa periodística TANK, vinculada a la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales.



Objetivo General: (Indicar la contribución general del proyecto a la superación del problema planteado)	Objetivos Específicos: (Indicar el aporte mas directo del proyecto a la superación del problema planteado)	Resultados Esperados (Indicar claramente qué se espera lograr con la ejecución de las actividades que están consideradas en este objetivo)	Presupuesto por objetivo (Indicar con precisión los montos del presupuesto asociado a cada uno de los resultados esperados)
Las consumidoras y los consumidores disponen de un eficiente y oportuno instrumento de información y de comunicación, e identifican a ODECU como un actor relevante en la defensa y representación de sus derechos.	.Difundir noticias relevantes y actualizadas sobre temas de consumo de interés general, así como información sobre productos y servicios, e información sobre las actividades y los resultados de los estudios realizados por ODECU	La página Web odecu.cl se mantiene actualizada y vigente durante todo el período	5,993.000
	Promover la participación o la expresión de los consumidores en relación con los temas levantados por ODECU	El Facebook de ODECU y el sitio en Youtube mantienen su vigencia	3.227.000



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

Cronograma de actividades por resultado esperado:

Resultado esperado N° 1 La página Web odecu.cl se mantiene actualizada y vigente durante todo el año	Programación 2010					
	Anril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
a) La sección Hoy en la Prensa se actualiza diariamente	X	X	X	X	X	X
b) El artículo de encabezamiento con la posición de ODECU sobre un tema específico se renueva semanal o quincenalmente.	X	X	X	X	X	X
c) La sección Tema de opinión se renueva mensualmente	X	X	X	X	X	X
e) La sección Institucional transparenta la información relativa a la organización, su estructura, sus integrantes, sus actividades, sus socios, sus vínculos nacionales e internacionales, sus recursos y sus gastos	X	X	X	X	X	X



Resultado esperado N° 2 El Facebook de ODECU y el sitio el Youtube mantienen su vigencia	Programación 2010					
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
a) El perfil de ODECU se actualiza y se enriquece.		X		X		X
b) El sitio en Youtube recibe nuevos videos	X		X		X	





Resultados Esperados (Indicar claramente qué se espera lograr)	Actividades (Indicar cada una de las actividades NECESARIAS para cumplir con lo esperado)	Presupuesto de la actividad (Precisar el costo parcial o total de la actividad, en pesos (\$))	Responsable (Indicar integrante/s del equipo ejecutor)	Fecha de ejecución de la actividad.
La página Web odecu.cl se mantiene actualizada y vigente durante todo el periodo	1. La sección Hoy en la Prensa se actualiza diariamente 2. El artículo de encabezamiento con la posición de ODECU sobre un tema específico se renueva semanal o quincenalmente. 3. La sección Tema de opinión se renueva mensualmente 4. La sección Institucional transparenta la información relativa a la organización, su estructura, sus integrantes, sus actividades, sus socios, sus vínculos nacionales e internacionales, sus recursos y sus gastos	5,993.000	Director y editor responsable TANK Comunicaciones	De abril a septiembre en los momentos indicados
El Facebook de ODECU y el sitio en Youtube mantienen su vigencia	El perfil de ODECU se actualiza y se enriquece El sitio en Youtube recibe nuevos videos	3.227.000	Director y editor responsable TANK Comunicaciones	De abril a septiembre en los momentos indicados



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.

GASTOS DE HONORARIOS (Asesoría profesional o experta contratada por el Proyecto).						
Identificación del honorario		Función proyecto	Indicar mes /período estimado del Gasto	Solicitados Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o terceros.	
Nombre completo	Cédula Nacional del Identidad				Efectivo (\$)	Valorado (\$)
Stefan Larenas Riobó	5.788.123 - 2	Director y editor responsable	Abril a septiembre	2.400.000		
Alex Díaz Bonfort		Webmaster	Abril a septiembre	1.235.000		
TOTAL ÍTEM (\$)				3.635.000		



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
Materiales de escritorio.		Papel, toner y otros artículos.	95.000				
Impresión de materiales.		Papelería institucional	120.000				
Comunicaciones		Internet	360.000				
Constitución de garantías.		Gasto notarial	35.000				
Otros gastos		Registro de medios, hosting, dominio	200.000				
Otros gastos		Servicios periodísticos y comunicacionales (TANK Comunicaciones)	3.600.000				
Otros gastos		Secretaría, local y servicios			600.000		
TOTAL ÍTEM (\$)			4.985.000		600.000		



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

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
TOTAL ÍTEM (\$)							



5. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	3.635.000		
OPERACIONALES	4.985.000		
DIFUSIÓN.			
INVERSIÓN			
TOTAL POR ÍTEM (\$)	8.620.000		600.000
TOTAL PROYECTO (\$)		9.220.000	

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

El equipo viene manteniendo actualizada la página desde el año 2005. En esta oportunidad, esa experiencia se enriquece con el aporte profesional y la eficiencia de la empresa de comunicaciones TANK, vinculada a la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales.

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	13

Como dijimos en el numeral anterior, la experiencia data de más de cinco años

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

Los consumidores y las consumidoras participan permanentemente a través de mensajes de correo electrónico, respondiendo la encuesta del momento o manifestándose en Facebook o en Youtube.

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

La experiencia de ODECU, así como la experiencia internacional, indican que éste es uno de los medios más efectivos al alcance de muchas organizaciones para comunicar sus puntos de vista, informaciones relevantes, crear un universo de adherentes y, consecuentemente, incidir en la definición de políticas públicas.

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

Este medio ha contribuido a instalar la imagen de la organización como un interlocutor responsable ante diversas entidades del Estado y ante una buena cantidad de representantes de los distribuidores. Al mismo tiempo, allí buscan las organizaciones hermanas, tanto nacionales como extranjeras, ideas inspiradoras, temas emergentes y propuestas de acción.

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.