

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

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

"SISTEMA INTEGRAL DE INFORMACIÓN Y APOYO PARA CONSUMIDORES Y USUARIOS V" (SIIACUS V)

2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.

General			Específica
Nacional	X	Regional/ Local	

3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre:		RUT:	
Corporación nacional de Consumidores y usuarios de Chile, CONADECUS.		75.974.880-8	
Domicilio:		Comuna:	Región:
Valentin Letelier N° 16		Santiago	Metropolitana
Teléfono:	Correo electrónico:		Fax:
69690420	conadecus@conadecus.cl		6725150
Nombre representante legal.		Cédula Identidad N°:	
Hernán Calderón Ruiz		6.603.659-6	
Personalidad Jurídica N°:	Fecha otorgamiento:		Organismo:
Decreto Supremo N° 979 Inscripción Registro AC N° 4	26 de Octubre de 2000		Ministerio de Justicia Ministerio de Economía
Registro Asociación receptora Fondos SERNAC		Registro Central Colaborador del Estado N°	
N°	Año	N°	Año
AC N° 4		S/N	

4. IDENTIFICACIÓN DIRECTORIO DE LA ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre	Cargo	Cédula de Identidad N°
Hernán César Calderón Ruiz	Presidente	6.603.659-6
Rolando Chateuneuf	Vicepresidente	2.855.096-0
Manuel Emilio Carabantes Ríos	Secretario General	502.856-6
Leonor Doly Quijada Vera	Tesorera	02.923.826-k
Carolina Ibáñez Meneses	Directora	13.042.822-3
Ernesto Benado Rejovitzky	Director	2.376.469-1
Manuel Santana Pacheco	Director	6.184.465-1
Cinthyá Appelgren Núñez	Directora	13.895164-2
Finn Samsing Aresten	Director	2.147.044-9

5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

Responsable directo:		Dirección:	
Manuel Emilio Carabantes Ríos		Valentín Letelier 16	
Comuna:	Fono-fax:	Correo electrónico:	
Santiago	672 51 52	ecarabantes@conadecus.cl	
Teléfono de contacto (fijo):		Teléfono de contacto (celular):	
6960420			



6 POSTULACIONES PREVIAS.

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , cuántos proyectos ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	23			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	21			
¿La ACTUAL propuesta, es continuación de un proyecto anterior, financiado por el Fondo o no?	SI	X	NO	
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
	"Sistema Integral de Información y Apoyo para Consumidores y Usuarios" SIIACUS IV			2009
	"Sistema Integral de Información y Apoyo para Consumidores y Usuarios"..." SIIACUS III			2008
	"Sistema Integral de Información y Apoyo para Consumidores y Usuarios"..." SIIACUS II			2007
	"Sistema Integral de Información y Apoyo para Consumidores y Usuarios"..." SIIACUS I			2006

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>	1ª
--	----



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





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

CONADECUS es una Asociación de Consumidores y Usuarios que ha atendido por más de 10 años los requerimientos de los consumidores y usuarios de todo el país en su oficina de Valentín Letelier en la comuna de Santiago. En un comienzo esta tarea fue muy limitada, dado que se financiaba exclusivamente con aporte de los socios, pero a contar de 2005, gracias al Fondos Concursable para Asociaciones de Consumidores, que administra SERNAC, se pudo mejorar el servicio a través de los siguientes medios:

1. Mejor infraestructura e Equipamiento, que permitió mejorar la atención presencial de los consumidores.
2. Desarrollo de un sitio web www.consumidoreschile.cl en constante mejoramiento, que permite un contacto permanente con consumidores y usuarios de todo el país, en forma interactiva.
3. Profesionalizar la atención e información a los consumidores y usuarios, con la contratación de dos profesionales expertos en asuntos de consumo: una abogada y una periodista.

Esto ha permitido que Conadecus se desarrolle institucionalmente en el servicio a los consumidores de todo el país dando la información y el apoyo a través de las siguientes vías:

- Email: se reciben mensualmente un promedio de 71 consultas de todo el país. Este canal permite dar apoyo a Asociaciones de Regiones cuando lo solicitan, especialmente Valdivia, Angol, La Serena y Osorno. Todas las consultas por este medio son atendidas en un plazo máximo de 5 días.
- Telefónica: se reciben un promedio de 24 consultas de todo el país, pero en un mayor de la región Metropolitana.
- Atención presencial en oficina: alcanzan un promedio mensual de 33 consultas.

El haber profesionalizado parcialmente la atención ha permitido desarrollar otras actividades de apoyo a los consumidores entre las que destacan las siguientes:

- En 2008, haber liderado la oposición a la fusión del grupo Falabella con el grupo D&S.
- 2008 y 2009, haber elaborado propuestas en relación a mejoras a la ley del consumidor.
- En 2009, haber sido mediador entre los usuarios de Chilectra de la comuna de Huechuraba y la empresa Chilectra. Esta acción se inició con una petición de la Coordinadora de Usuarios de Chilectra de Huechuraba, que agrupa a 1.300 familias a Conadecus, en busca de información y apoyo para enfrentar los problemas de facturación del servicio eléctrico otorgado por Chilectra. Después de realizar gestiones



ante la SEC y Chilectra, se logró instalar una mesa de negociación en la que Conadecus actuaba como mediador entre Chilectra y la Coordinadora Huechuraba. Esta mediación concluyó con total éxito y ya están completamente solucionados 10 puntos de 11 que estaban en conflicto. El último punto se está implementando, dado que la solución acordada, es de más lento desarrollo. Esta mediación afectó directamente a **1.300** familias e indirectamente alcanzó a un total de **4.660**, que teniendo problemas diferentes a los de la mediación se han visto favorecidos con algunos acuerdos, tales como cambio de medidores en todos los casos y condonación de intereses por mora en algunos.

Los puntos anteriormente detallados están en directa relación con los proyectos SIIACUS, dado que conforman parte de Información Integral y Apoyo a los Consumidores y Usuarios. Constituyen el éxito del proyecto, más aún cuando con la Coordinadora Huechuraba se ha establecido un contacto permanente a información y apoyo en materias de consumo a todos sus componentes.

El realizar todos los esfuerzos para informar y apoyar a los consumidores y usuarios, constituye una obligación para Conadecus, dado el alto grado de desinformación que subsiste en el país respecto de los derechos y obligaciones de los consumidores. Todo ello, a pesar de los esfuerzos que tanto Sernac y algunas Asociaciones de Consumidores realizan para mejorar la información. El informar y apoyar a un consumidor en problemas, es muy apreciado por la ciudadanía, especialmente cuando este servicio se ofrece en forma gratuita.

El proyecto SIIACUS ha sido y es el elemento de apoyo que ha permitido que Conadecus se consolide como una Asociación de Consumidores, cada día más cercana a los consumidores, en que toda la información y apoyo se entrega a nivel nacional en forma totalmente gratuita.



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 población objetivo de este proyecto Integral de Información y Apoyo a Consumidores y Usuarios son todos los consumidores y usuarios a nivel nacional, que tienen acceso a Internet. Esto significa:

- Población Total de Chile: Proyectada al año 2010 según cifras del último censo 17.094.270
- Población Mayor de 18 años: 12.614.655
- % de la población con acceso a Internet : 36%
- Población con acceso a Internet : 5.600.000

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
12.614.655	6.256.701	6.357.954

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, al igual que los anteriores, busca continuar apoyando en forma integral a los consumidores y usuarios a través de información actualizada sobre consumo y darle además orientación y apoyo cuando enfrentan un problema. Todo esto en forma totalmente gratuita. Este proyecto consiste básicamente en lo siguiente:

1. Mantener una página web actualizada a lo menos 2 veces a la semana
2. Elaboración de notas informativas sobre temas de interés para la defensa del consumidor en contexto nacional e internacional. Se incluirán artículos traducidos de prensa europea y estadounidense. Estas notas servirán de base para comunicados de prensa.
3. Mantener habilitado dentro del sitio web un formulario de consultas, en el cual, vía email se podrá: hacer denuncias; formular reclamos; y solicitar asesoría.
4. Mantener una asesoría legal a cargo de una abogada permanente, que responda los mail recibidos desde el sitio web, y conceda entrevistas personales a los casos más complejos. La abogada sólo llegará al nivel de información y asesoría, ya que la ley 19.496 excluye del financiamiento del Fondo las actividades señaladas en el art. 8^a letra c).
5. Apoyar los programas mediante una conexión telefónica y de Internet que permita la manutención del Sistema y una comunicación expedita con los consumidores de todo el país.
6. Disponer de un equipo de apoyo para programas consistentes en secretaría, periodismo, contabilidad y oficinas que serán proporcionadas por Conadecus.
7. Integrar una red informativa para dar servicios a AC Regionales. Esta red será gratuita durante el desarrollo del proyecto, para adecuarlo a un producto que pueda posteriormente tener un financiamiento regular y permanente. Incluirá el envío semanal de una alerta noticiosa con temas del consumidor.

Todo este trabajo considera además, la colaboración voluntaria y experta en diferentes materias, tanto de profesionales que integran el Directorio de Conadecus, como de un grupo de socios colaboradores y voluntarios.

En resumen, se trata de un proyecto institucional base para Conadecus, que complementado con otros proyectos que se presentan al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores y otros Fondos, busca reforzar la estrategia de posicionamiento ante la ciudadanía. Implica dos vías de acción:



- Establecer un contacto permanente con la ciudadanía, estableciendo vínculos que permitan conocer problemas y ayudar o apoyar la búsqueda de soluciones. Es avanzar en la creación de participación ciudadana. En ello, SIIACUS juega y ha jugado un rol fundamental y esto se refleja en la claridad de las posiciones de Conadecus respecto a Endeudamiento y tasas de interés; tarifas de telefonía móvil; y fusiones y concentración de oferta. También la mediación con Chilectra es caso claro de ello.
- El proyecto SIIACUS permite a Conadecus llevar noticias, problemas y posiciones a la ciudadanía, respecto del consumo en forma actualizada. Es una forma que busca también crear debate e inquietud respecto de temas de interés sobre consumo y consumidores. En este aspecto el SIIACUS no sólo se enfoca a los consumidores, sino también a autoridades, parlamentarios, docentes universitarios y prensa. Cuando el tema lo amerita se envían email directos a un listado de más de 800 personas.

Estas dos vías se conectan directamente con Asociaciones de Consumidores de Regiones amigas, tales como Iquique, La Serena, Talca, Valdivia y Osorno.

SIIACUS es el pilar de Conadecus hacia la ciudadanía y la sociedad civil.





Objetivo General:	Objetivos Específicos:	Resultados Esperados	Presupuesto por objetivo
<p>Mejorar la información directa sobre derechos y problemas en materia de consumo a consumidores y usuarios; y proporcionar asesoría jurídica en estos ámbitos. Implica continuar avanzando hacia un Sistema Integral de Información y Apoyo a Consumidores y Usuarios (SIACUS)</p>	<p>Actualizar, a lo menos 3 veces por semana el sitio Web. Se incluirá un mínimo de 5 notas cada semana</p>	<p>Lograr a lo menos 400 visitas diarias al sitio Web de Conadecus</p>	<p>\$ 1.100.000.-</p>
	<p>Atención de consumidores en las oficinas de Conadecus, para proporcionar asesoría legal.</p>	<p>Lograr atender en las oficinas de Conadecus una media de 50 consumidores mensuales</p>	<p>\$ 4.000.000</p>
	<p>Atender consultas emanadas del sitio Web</p>	<p>Atender mas 30 email mensuales</p>	<p>\$ 700.000.-</p>
	<p>Atender consultas telefónicas</p>	<p>Atender a lo menos 3 consultas telefónicas diarias</p>	<p>\$ 900.000.-</p>



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





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.
1. Lograr a lo menos 400 visitas diarias al sitio Web de Conadecus	<p>a.- Reunión semanal de equipo editorial. Definición de tema central de semana para preparación de nota.</p> <p>b.- Revisión diaria de prensa nacional y extranjera; y de las informaciones derivadas por la abogada, acerca de consultas o denuncias de interés general.</p> <p>c. Selección de temas para notas y para subir a sitio..</p> <p>d. Redacción de Notas, directas por la periodista o por un director o colaborador especialista. Subida de la nota.</p> <p>e. Subida de notas de prensa a sitio web.</p> <p>f. Enviar más de 800 email cuando el tema lo amerite.</p>	<p>a. \$ 1 60.000.-</p> <p>b. \$ 200.000.-</p> <p>c. \$ 200.000.-</p> <p>d. \$ 300.000</p> <p>e. \$ 240.000</p>	Rossana Montalban, periodista. Todas las actividades.	<p>a.- Todos los lunes desde 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>b. Diario de lunes a sábado desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>c. Diario de lunes a sábado desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>d. Diario de lunes a sábado desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>e. Diario de lunes a sábado desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>f. No más de 2 envíos por mes desde 1 de Abril a 30 de Septiembre</p>
2. Lograr atender en oficinas de Conadecus, una media de 50 consumidores mensuales	a.- Recepción de solicitudes de asesoría legal a través del sitio web; del teléfono; o por derivación de la	a. \$ 600.000.-	Karina Cárcamo, abogada. Todas las actividades.	<p>a. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>b. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p>





	<p>Corporación de Asistencial Judicial, Sernac u otras Asociaciones. Concertación de Entrevista personal.</p> <p>b.- Realización de Entrevista y otorgamiento de la asesoría y apoyo legal solicitado. Se orienta al consumidor y se le apoya con material, si es necesario. Se llena formulario con resumen de las consultas y la asesoría otorgada.</p> <p>c.- Se archiva el formulario, con número de control para un eventual seguimiento del caso.</p>	<p>b. \$ 3.300.000.-</p> <p>c. \$ 100.000.-</p>		<p>Septiembre.</p> <p>c. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p>
3. Atender consultas emanadas del sitio Web	<p>a.- Revisar y derivar a la abogada en forma diaria el correo electrónico, separando e imprimiendo los mensajes originados en el formulario del sitio web.</p> <p>b.- Elaborar respuesta. Hacer consultas con el consumidor, si fuera necesario, vía email. Despachar respuesta.</p> <p>c.- Imprimir copia de respuesta y archivar.</p>	<p>a. \$ 100.000.-</p> <p>b. \$ 550.000.-</p> <p>c. \$ 50.000.-</p>	<p>Rossana Montalban, periodista, actividad a.</p> <p>Karina Cárcamo, abogada, actividades b y c.</p>	<p>a. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>b. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>c. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p>
4. Atender a lo menos 3 consultas telefónicas diarias	<p>a.- Recibir llamado de consumidor y registrar antecedentes y problema</p>	<p>a. \$ 100.000.-</p>	<p>Karin Vasquez, secretaria, actividad a.</p>	<p>a. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p>





SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor



Fondo Concursable

2010

para asociaciones de consumidores

	<p>en formulario.</p> <p>b.- Traspasar llamado a abogada, si esta disponible o devolver llamado.</p> <p>c.- Atender consulta y entregar información. Completar formulario.</p> <p>d.- Archivar fomulario.</p>	<p>b. \$ 50.000.-</p> <p>c. \$490.000.-</p> <p>d. \$ 60.000.-</p>	<p>Karina Cárcamo, abogada, actividades b,c y d.</p>	<p>b. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>c. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p> <p>d. Diario de lunes a viernes desde el 1 de Abril al 30 de Septiembre.</p>
--	---	---	--	--

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



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



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 (\$)
Emilio Carabantes Ríos	502.856-6	Coordinador Proyecto	Abril - Septiembre	1.200.000		
Rossana Moltalban	3.897.463-7	Periodista	Abril - Septiembre			1.800.000
Karina Cárcamo Carrasco	12.696.724-1	Abogada	Abril - Septiembre	3.600.000		
TOTAL ÍTEM (\$)				4.800.000		1.800.000





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
Alimentación		.					
Movilización		.					
Materiales de escritorio.							
Impresión de materiales.							
Comunicaciones		Teléfono, Conexión Internet, Hosting y Webmaster.	1.500.000				
Constitución de garantías.		.					
Arriendos		Arriendo y Gastos Comunes.			1.020.000		
Otros gastos		Actualización Página Web	400.000				
Otros gastos		Trabajo Periodístico			1.200.000		
Otros gastos		Secretaría, Atención Teléfono y Recepción			2.000.000		
TOTAL ÍTEM (\$)			1.900.000		4.220.000		



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
Costo de difusión del proyecto en medio de comunicación local, regional o nacional.	Abril - Septiembre	Programa Radio Universidad de Santiago Semanal					720.000
TOTAL ÍTEM (\$)							720.000





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	4.800.000		1.800.000
OPERACIONALES	1.900.000		4.220.000
DIFUSIÓN.			720.000
INVERSIÓN			
TOTAL POR ÍTEM (\$)	6.700.000		6.740.000
TOTAL PROYECTO (\$)		13.440.000	



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 ejecutor esta totalmente definido y viene trabajando en este proyecto desde hace más de 5 años. El equipo estable lo componen 4 personas:

1. Sr. Emilio Carabantes R. coordinador del Proyecto. Ex presidente de Conadecus y actualmente Secretario General.
2. Srta. Karina Cárcamo c., abogada, trabaja más de años en el Proyecto
3. Srta. Rossana Montalban , periodista, trabaja 6 meses en el proyecto
4. Srta. Karin Vásquez , secretaria, más de 3 años de trabajo en el proyecto.

Además colaboran permanentemente con el proyecto y participan en el Comité Editorial los señores Ernesto Benado, Rolando Chateuneaf, Finn Samsing y Horacio Soler, especialistas de dilatada trayectoria profesional y por años relacionados con las actividades de Conadecus.

Se adjuntan 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	13

Conadecus ha realizado este proyecto SIIACUS en cuatro ocasiones anteriores, financiado por el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, los cuales se han informado en detalle, en forma oportuna. Todos los informes han sido aprobados sin observaciones y en 2 ocasiones fueron revisados en terreno por una funcionaria de Sernac.

Sin embargo, es necesario resaltar que Conadecus opera como Asociación de Consumidores hace más de 10 años, con un funcionamiento permanente en todo el año y con oficinas ubicadas en Valentín Letelier Nr. 16, de la comuna de Santiago.

También es conveniente dar a conocer que Conadecus es miembro de Consumer Internacional, e integra también los Consejos Consultivos de Fonasa, Achipia, Chilectra y SEC, como representante de la sociedad civil.

Conadecus es permanentemente consultada por instituciones públicas y privadas sobre problemas consumo,

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

Por definición este proyecto busca insertar a Conadecus en la búsqueda de soluciones de los problemas reales de los consumidores. Es esto lo que ha sucedido en las experiencias anteriores, especialmente en el año 2009 donde Conadecus se instaló como mediador entre la Coordinadora de Huechuraba, que aglutinaba 1.300 familias usuarias, con problemas de facturación de servicios eléctricos y la Compañía Distribuidora Chilectra, llegándose a una total solución que finalmente alcanzó a más de 5.900 familias usuarias.

La Coordinadora llegó a Conadecus a través del SIIACUS, con la atención inicial de casos particulares.

La resolución de los casos y el retorno de los consumidores a Conadecus, son muestras que la gestión del SIIACUS es bien evaluada.

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

Esta iniciativa ha sido replicada por Conadecus ya en 4 oportunidades. Dada la estructura del modelo económico que opera en el país, resulta imposible financiar esta iniciativa con recursos propios.

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 proyecto SIIACUS ha sido una pieza fundamental en la profesionalización de Conadecus y de hecho ha permitido participar con opinión fundada en acciones tales como impedir la fusión de Falabella y D y S.

Este proyecto recibe usuarios que requieren apoyo de Asociaciones amigas como Valdivia, Osorno, Liga Ciudadana y Angol . Además, la Corporación de Asistencia Judicial y Sernac, también derivan casos, cuando estos no corresponden al ámbito operativo de esas instituciones.

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.