

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

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

"DIFUSIÓN DE LA LEY Nr. 19.496 Y NORMAS COMPLEMENTARIAS - 2010"

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 Nº 16		Santiago	Metropolitana
Teléfono:	Correo electrónico:		Fax:
69690420	conadecus@conadecus.cl		6725150
Nombre representante legal.		Cédula Identidad Nº:	
Hernán Calderón Ruiz		6.603.659-6	
Personalidad Jurídica Nº:	Fecha otorgamiento:		Organismo:
Decreto Supremo Nº 979 Inscripción Registro AC Nº 4	26 de Octubre de 2000		Ministerio de Justicia Ministerio de Economía
Registro Asociación receptora Fondos SERNAC		Registro Central Colaborador del Estado Nº	
Nº	Año	Nº	Año
AC Nº 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 Areste	Director	2.147.044-9

5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

Responsable directo:		Dirección:	
Horacio Soler Rioseco		Valentin Letelier 16	
Comuna:	Fono-fax:	Correo electrónico:	
Santiago		sejecutivo@conadecus.cl	
Teléfono de contacto (fijo):		Teléfono de contacto (celular):	
696 04 20		08 – 419 45 53	



6 POSTULACIONES PREVIAS.

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , <u>cuántos proyectos</u> 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
	"Difusión de la Ley Nr. 19.496 y Normas Complementarias - 2009"			2009
	"Difusión de la Ley Nr. 19.496 y Normas Complementarias III"			2008
	"Difusión de la Ley Nr. 19.496 y Normas Complementarias II"			2007
	"Difusión de la Ley Nr. 19.496 y Normas Complementarias I"			2005

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>	2ª
--	----





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 ha mantenido durante años contactos con un número creciente de consumidores del país. Este hecho ha permitido detectar el desconocimiento que la población del país tiene acerca de sus derechos y obligaciones como consumidores, que están consagrados en la Ley Nr. 19.496.

En 2009, con ocasión de la mediación efectuada entre la Coordinadora Huechuraba de Usuarios de Chilectra y la empresa Chilectra, se tuvo la oportunidad de tener contacto con una parte importante de las 1.300 familias afectadas, en visitas a sus casas. En conversaciones con ellos, se confirmó nuevamente el total desconocimiento de lo que la Ley del Consumidor implica para los ciudadanos. Es lo mismo que se detectó en 2007 y 2008, en el estudio realizado en la comuna de Lo Prado y en la comuna de Santiago. La misma situación también se encontró en 2009, en el trabajo con Centros Culturales, financiados por el Fondo Concursable y con Padres y Apoderados de Colegios Municipalizados de la comuna de Santiago, financiado por el Municipio.

Con esta realidad y después de haber realizado 4 proyectos de Difusión y considerando todo lo que Sernac y otras Asociaciones, realizan por dar a conocer los derechos y deberes de los consumidores, se podría pensar que es una tarea imposible, que resulta imposible llevar el conocimiento de la Ley a los consumidores. Desde el punto de vista de Conadecus no se puede renunciar a dar a conocer la ley, a pesar de ser una tarea difícil y muy grande. Renunciar a esta labor construiría abandonar a los consumidores y usuarios de la oportunidad de aprender.

La experiencia de Conadecus muestra un gran interés de las personas por informarse, por conocer y esta labor de difusión constituye una tarea de avance lento y difícil que debe continuar a pesar de la escasez de recursos.

Asumiendo esta realidad, el Consejo del Fondo Concursable, en su convocatoria al concurso año 2010, define como uno de los ejes temáticos de los proyectos "Difundir el conocimiento de las disposiciones de la Ley Nr. 19.496 y sus modificaciones sobre protección de los derechos de los consumidores/as y sus regulaciones complementarias"

Conadecus desde su creación ha buscado difundir la Ley a los consumidores y para este objetivo y amparado en los recursos proporcionados por el Fondo Concursable, ha mantenido un programa radial semanal, de media hora, en Radio Universidad de Santiago, que llega aproximadamente a 20.000 auditores. Cuando el tema lo amerita, la grabación del programa se envía a 2 asociaciones de regiones, las que lo retransmiten en radios locales, llegando en 2 ocasiones a establecer contacto telefónico en directo con el especialista invitado, durante la retransmisión del mismo. Todos los programas son grabados y posteriormente subidos al sitio



Web de Conadecus.

En este mismo sentido es necesario destacar que entre las actividades de este proyecto se han efectuado 3 ediciones de la Versión Populares de la Ley del Consumidor, las dos últimas con traducción mapundungun y al aymará. También dentro del marco de estos proyectos se prepararon versiones específicas de la ley, en temas tales como Derechos y Deberes de los Consumidores; Procedimiento de Reclamo; Nociones Básicas de Administración del Presupuesto Familiar; y Derecho a Retracto. Las publicaciones realizadas desde 2008 en adelante han sido subidas al sitio Web de Conadecus.

También en el desarrollo del proyecto 2009, fueron subidos al sitio Web de Conadecus los siguientes artículos:

- a) Medicinas y Precios de Oportunidad
- b) Indemnización a perjudicados por caso colusión son mínimas
- c) Decepcionante Proyecto para Mejorar Ley del Consumidor
- d) Conadecus opina sobre el Proyecto que modifica la Ley sobre protección a la vida privada.
- e) Sistema de Protección al Consumir.
- f) ¿Marketing o Estrategias para confundir a los Consumidores?.
- g) Derecho a Retracto.
- h) Claro: Las fallas en su servicio y la indemnización a sus usuarios.
- i) Alerta de Consumidores, Reclamos y Quejas impulsan nueva Campaña contra Cobros Indevidos.

Análisis y Revisión al Proyecto Modificadorio de la Ley del Consumidor

Conadecus esta consciente que esta actividad no se puede interrumpir y debe continuar sus esfuerzos de difusión de la Ley, cuidando de ampliar su cobertura y de enfatizar las actividades relacionadas con sectores populares tratando de llegar a través de organizaciones comunales. Todo esto sin descuidar la clase dirigente, la que toma decisiones o influye en ella, manteniéndolas informadas de la actualidad en temas de consumo.

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

Conadecus se propone una meta de 76.000 personas beneficiadas con este proyecto.

La cantidad puede desglosarse en la forma siguiente:

- 54.000 consumidores que, durante el período en que se ejecute el proyecto, se espera que visiten el Sitio Web de Conadecus, descontadas las que lo visitan más de una vez.
- 18.000 consumidores que son auditores de la Radio Universidad de Santiago, considerando la frecuencia modulada Radiousach 94.5 FM y la repetición por su sitio Web.
- 4.000 receptores de ejemplares de los folletos relacionados con los Derechos de los Consumidores.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
76.000	38.000	38.000

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

Como se mencionó anteriormente este proyecto está inserto en una estrategia integral de Conadecus, que pretende llegar a todos los niveles de la sociedad y los medios disponibles con la difusión de la Ley N° 19.496, temas anexos y aspectos relevantes de esta Ley. Además es nuestra intención llevar iniciativas de diversa índole que mejoren la posición del consumidor ante el mercado, entregándole las herramientas para que incurra en actos de consumo responsables e informados. Para ello se consideran las siguientes acciones:

a.- Subir a lo menos 10 artículos sobre consumo al sitio Web, en los que se traten y desarrollen distintas temáticas y problemas que afecten o beneficien directamente a los consumidores.

b.- Producir e imprimir 2 folletos con materias relacionadas con el consumo, con el objetivo de entregar en forma clara y ordenada la información que consideramos los consumidores necesitan con mayor urgencia para actuar como consumidores responsables y concientes frente al mercado, informaciones tales como:

- Cláusulas Abusivas
- Publicidad Engañosa

c.- Producir y realizar un programa semanal de radio, en Radio Universidad de Santiago, que difunda y sea plataforma de discusión de los temas de consumo de actualidad, realizado en un formato ameno y contextualizado a las reales necesidades de los consumidores de nuestro país.

Las acciones antes mencionadas tienen como objetivo común llevar la Ley del consumidor y por lo tanto la información sobre los derechos y los deberes de los consumidores a la sociedad en su conjunto, superando las barreras de información que son impuestas por la falta de accesibilidad e interés en los medios de comunicación formales de nuestro país, la idea es entregar la información necesaria en forma clara para que así sin trabas el consumidor pueda acceder a ella.

Objetivo General:	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)
Difundir el conocimiento de las disposiciones de la Ley Nr. 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, sus modificaciones y sus normas complementarias, a través del sitio Web institucional, una emisión radial y folletos informativos, con el fin de colaborar a superar el desconocimiento, en los consumidores, de la Ley que consagra sus derechos y la forma de ejercerlos.	Informar a los consumidores a través del sitio Web, sobre temas actuales de consumo y la opinión de Conadecus al respecto.	Publicar en www.conadecus.cl 10 artículos de notas de difusión y análisis	200.000
	Difundir la Ley del Consumidor o aspectos de ella a través de folletos impresos.	Producir y distribuir 2 folletos: a) Cláusulas Abusivas y b) Publicidad Engañosa.	2.835.000
	Difundir la Ley Nr. 19.496 y los derechos y obligaciones de los consumidores a través de un programa radial en Radio Universidad de Santiago.	Realizar 25 programas radiales, emitidos 1 vez por semana, de media hora, por la radio Universidad de Santiago, emitida por la frecuencia 94.5 FM y por el sitio Web de la Universidad. Será conducido por una periodista profesional.	1.450.000



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





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.
Publicar en www.conadecus.cl 10 artículos de notas de difusión y análisis	a) Selección y redacción de temas	a) 100.000	a) Horacio Soler	1 de Abril a 30 de Agosto
	b) Edición y Publicación	b) 100.000	b) Rossana Montalva	1 de Abril a 30 de Septiembre
Producir y distribuir 2 folletos: a) Cláusulas Abusivas y b) Publicidad Engañosa	a) Redacción y edición de los Folletos	a) 100.000	a) Horacio Soler y Karina Cárcamo	Ejemplo 2: Primera quincena de junio 2010.
	b) Diseño y Diagramación de cada Folleto	b) 100.000	b) Karin Vásquez	
	c) Impresión de Folletos	c) 2.035.000	c) José O. Valdebenito	
	d) Elaborar lista de Distribución y distribuir	d) 600.000	d) Héctor Cruz	
Realizar 25 programas radiales, emitidos 1 vez por semana, de media hora, por la radio Universidad de Santiago, emitida por la frecuencia 94.5 FM y por el sitio Web de la Universidad. Será conducido por una periodista profesional.	a) Elaborar pautas para audición radial	a) 50.000	a) Horacio Soler y Jimena Azócar	1 de Abril a 30 de Agosto
	b) Contactar entrevistados y preparar pautas	b) 50.000	b) Jimena Azócar	1 de Abril a 30 de Agosto
	Grabar y Emitir las audiciones	c) 1.350.000	c) Jimena Azócar	1 de Abril a 30 de 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.

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 (\$)
Horacio Soler Rioseco	CI 3.897.463-7	Dirección del Proyecto	1 Abril – 30 Septiembre			1.200.000
José Orlando Valdebenito	CI 11.347.976-0	Coordinación Operativa	1 Abril – 30 Septiembre	600.000		
Jimena Azócar C.	CI 11.548.403-6	Producción y Conducción Programa radial	1 Abril – 30 Septiembre	1.350.000		
Karin Vásquez C.	CI 14.157.065-K	Diagramación y Diseño de Folletos	1 Abril – 30 Septiembre			500.000
Héctor Cruz	CI 4.857.228-6	Producción y Distribución de Folletos	1 Abril – 30 Septiembre	300.000		
TOTAL ÍTEM (\$)				2.250.000		1.700.000

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.	1 de Abril – 30 de Junio	Materiales e Insumos Varios	200.000				
Impresión de materiales.	1 de Julio – 31 de Agosto	Impresión 2 Folletos de 2.000 ejemplares cada uno. Costo unitario \$ 425.-	1.700.000				
Constitución de garantías.	Abril	Impuesto Pagaré y Honorarios Notario	35.000				
TOTAL ÍTEM (\$)			1.935.000				





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 actividades de difusión de la realización del proyecto.	1 de Abril – 30 de Septiembre	. Producción y grabación Programa Radio Universidad de Santiago					700.000
Costo de difusión del proyecto en medio de comunicación local, regional o nacional.	1 a 30 de Septiembre	Distribución de 1.200 Folletos a Regiones	300.000				
TOTAL ÍTEM (\$)			300.000				700.000





5. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	2.250.000		1.700.000
OPERACIONALES	1.935.000		
DIFUSIÓN.	300.000		700.000
INVERSIÓN			
TOTAL POR ÍTEM (\$)	4.485.000		2.400.000
TOTAL PROYECTO (\$)		6.885.000	



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 definido y viene trabajando en este tipo de actividades desde hace 3 años. Lo componen:

- Horacio Soler, Ingeniero Comercial
- Karina Cárcamo, Abogada
- Karin Vasquez, Diagramadora
- José Valdebenito, Contador
- Jimena Azócar, periodista
- Rossana Montalban, periodista

La experiencia del equipo esta acreditada por los resultados positivos y sin observaciones de los proyectos anteriores financiados por el fondo.

Se acompañan 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 esta misma actividad con financiamiento del Fondo Concursable en tres ocasiones anteriores y todos los informes han sido presentados en forma oportuna y sin ningún tipo de observación. La información de los resultados esta en manos del Consejo del Fondo.

Tanto las actividades de edición de folletos, como la radial, las ha realizado Conadecus con anterioridad, en proyectos distintos a éste, ya sea con financiamiento del Fondo, como Municipal.

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

En términos de participación de los consumidores esta se dá de 2 formas: de un trabajo lento y de largo plazo.

- Como receptores de la información a través de los folletos y en sitio Web
- Como participantes en las audiciones de radio, en que se invita a diferentes representantes de la sociedad civil.

Es importante considerar que todas las decisiones y planificaciones que contempla el presente proyecto se basan en las consultas que los consumidores han hecho llegar por las distintas vías a nuestra corporación, por lo que podemos asegurar que el proyecto se ha estructurado según las necesidades de los consumidores.

En consideración de las actividades que contempla el presente proyectos es muy difícil y costoso efectuar evaluaciones respecto de estos proyectos.

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

Es una actividad que se ha replicado ya más de 5 años. Es muy difícil realizarlo sin financiamiento. Hay hechos puntuales y aislados, como el inicio del programa radial el 1 de Marzo, con la participación gratuita por este mes de la periodista Jimena Azocar. Hubo que hacerlo por exigencias de programación de la radio.



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

Es un proyecto que cumple en forma total como aporte al movimiento consumerista:

- a) El desarrollo del proyecto fortalece a Conadecus y ayuda a posicionarla como institución sólida en el mercado.
- b) Asociaciones de Consumidores amigas reciben Folletos editados en este proyecto, contribuyendo a la asociatividad con otras Asociaciones.
- c) El espacio radial invita a opinar a funcionarios del Estado, la Sociedad Civil, Agrupaciones de Consumidores. Sólo en una ocasión asistió un proveedor.

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.