



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

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

REVISTA IMPRESA Y DIGITAL: " ACO TE INFORMA "

2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.

General			Específica
Nacional		Regional/ Local	X

3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre:		RUT:	
ASOCIACION DE CONSUMIDORES DE OSORNO		65.694.260-6	
Domicilio:		Comuna:	Región:
CESAR BALBIANI 1736		OSORNO	DECIMA
Teléfono:	Correo electrónico:		Fax:
064-250573	Aco.osorno@gmail.com		
Nombre representante legal.		Cédula Identidad N°:	
LUIS ALVAREZ GONZALEZ		11.308.105-8	
Personalidad Jurídica N°:	Fecha otorgamiento:	Organismo:	
17-AC	22-06-2006	Ministerio de economía, fomento y reconstruccion	
Registro Asociación receptora Fondos SERNAC		Registro Central Colaborador del Estado N°	
N°	Año	N°	Año
16	2006		22-02-2007





4. IDENTIFICACIÓN DIRECTORIO DE LA ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre	Cargo	Cédula Nacional de Identidad N°
1. LUIS ALVAREZ GONZALEZ	PRESIDENTE	11.308.105-8
2. RAMON SALAZAR MONSALVE	VICEPRESIDENTE	5.950.872-1
3. MANUEL SANTANA PACHECO	SECRETARIO GENERAL	6.184.465-1
4. ALICIA BAEZ BAHAMONDE	TESORERA	7.977.245-3
5. JAIME SOTOMAYOR NECULMAN	DIRECTOR	11.845.933-4
6. HUGO URIBE SAEZ	DIRECTOR	7.217.869-6
7. MARIA GONZALEZ VALENZUELA	DIRECTOR	7.508.638-5

5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

Responsable directo:		Dirección:	
LUIS ALVAREZ GONZALEZ		CESAR BALBIANI 1736	
Comuna:	Fono-fax:	Correo electrónico:	
OSORNO	250573	luisalvarezgon@gmail.com	
Teléfono de contacto (fijo):	Teléfono de contacto (celular):		
064- 250573	96429556		



6 POSTULACIONES PREVIAS.

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , cuántos proyectos ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	[12]			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	(7)			
¿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>	2da.
--	------



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

Una mayoría importante de la población de la comuna de Osorno, la que según datos del Censo Nacional de Población del 2002 suma un total de 145.475 personas, reconoce no estar informada de los derechos a favor de usuarios y consumidores de bienes y servicios que otorga la ley 19.496 modificada por la ley 19.955, que establece normas de protección al consumidor. Una encuesta publicada en el Diario Austral de Osorno reveló que un 70% del total de quienes participaron en la consulta, declaran desconocer la protección legal que existe a favor de los consumidores (Fuente: www.australosorno.cl.)

Esto último se traduce en que enfrentadas las personas a una situación de consumo, como por ejemplo: ante las empresas de telefonía móvil, de agua potable o de electricidad, o ante multitiendas, carecen de la información para hacer efectivos sus derechos como usuario o consumidor.

Se ha constatado además, que existe una relación directamente proporcional entre el nivel socioeconómico y el nivel de conocimiento efectivo y la utilización de las normas legales de protección al consumidor, de manera tal que mientras menor es el nivel socioeconómico de la población, menor es el grado de conocimiento y uso de los derechos que tienen en cuanto usuarios y consumidores.

La situación insatisfactoria que se describe en este diagnóstico no puede ser resuelta por los afectados por sí mismos, en forma independiente. Más aún, requiere una intervención amplia, sistemática y prolongada en el tiempo; que se efectúe además en forma organizada, lo que ha llevado a la constitución de la Asociación de Consumidores de Osorno el año 2006.

Es por ello necesario realizar todos los esfuerzos que permitan tener a la comunidad informada, es así que consideramos importante tener una presencia activa en la comunidad con un medio que permita informar y orientar a la comunidad sobre los derechos del consumidor, en este caso una revista que puede llegar a muchas personas ya que su distribución es a través de organizaciones vecinales por tanto la distribución asegura una cobertura importante en la provincia de Osorno, que comprende las comunas de



Purranque, Rio Negro, Puerto Octal, Puyehue, San Pablo, San Juan de la Costa y Osorno.

No obstante lo anterior, debemos llegar a toda la población local y por ello para tener una mayor presencia la revista se editara en forma digital a través de la página web www.acosorno.cl.

Es así y considerando que son los más jóvenes y trabajadores quienes se relacionan mejor con las TICs. y que a través de ellos puede bajar la información hacia los grupos de mayor edad (Padres o familiares), durante el 2010 ACO Osorno, a través de su Web, orientará su acción informativa y educativa a dichos grupos, propendiendo a buscar una vinculación más permanente mediante la publicación de la Revista Digital que recoja sus dudas e inquietudes e informe mensualmente acerca de la realidad del consumo local, regional, nacional e internacional, potenciando adicionalmente el uso de la Web como herramienta de interacción, dado que la tendencia de éste medio es a incrementarse paulatinamente en los distintos segmentos y grupos de la sociedad.

El Índice de Generación Digital 2005 (IGD), calculado en diversos puntos geográficos y socioeconómicos del país, reveló una penetración del 44,3% del uso de la red entre los estudiantes y un 73% de acceso desde el colegio. En los padres por su parte según el mismo estudio, sólo un 17,9% se siente capacitado en el uso de Internet.

El presente esfuerzo busca disponer de un medio informativo personalizado, de circulación expedita y de calidad, pero de bajo costo, comparado con los medios escritos, así como dar un mayor uso a la página de la asociación, en línea con las tendencias que serán el futuro. El proyecto se justifica como una forma más de sensibilizar de manera permanente y en forma directa a los consumidores con acceso a medios informáticos, principalmente jóvenes estudiantes y trabajadores, para que estos se eduquen, informen, participen y difundan, principalmente a sus más cercanos los contenidos que cautelen sus intereses y los procedimientos y medios de resolución de conflictos de consumo.

Con esta iniciativa de la revista tanto impresa como digital permitira tener una cobertura mas amplia en la provincia de Osorno, ya que llegaremos a diversos grupos etéreos de la población.



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

Empty box for project continuation details.



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

El tiraje de revista es de 3000 ejemplares en donde se distribuirá a través de las organizaciones vecinales, este segmento de la población que es básicamente ciudadanos de poblaciones de la comuna Osorno. Este grupo etareo es que más necesita mucha información sobre temas de consumo.

De esta manera se pretende llegar a 6000 personas porque consideramos que en un domicilio a lo menos 2 personas debieran leer la revista.

Con la versión digital se busca llegar a los jóvenes y trabajadores que están en permanente contacto con la tics, de esta manera se pretende llegar a una población diversa la provincia de Osorno.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
221509	110.048	111.461

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 revista ACO TE INFORMA tiene un tiraje de 3000 ejemplares en donde en cada número de revista se entregara información sobre temas de consumo, entrevista a personas relacionada con los temas, se presentaran casos, una sección de la revista esta dirigida a la educación de la población ya que cada número abordara un tema el cual se desarrollara en forma extensa, y que además pueda servir de material educativo el cual puede ser coleccionable, esto permitira que los vecinos puedan formar una carpeta educativa con los temas relevantes sobre la defensa del consumidor, el formato de la revista es de 25 x 31 en papel Bond hilado con 12 paginas y con tiraje de 3000 ejemplares, la edición de la revista se realizara con el equipo de la agencia mas responsable del proyecto integrante del directorio de ACO, y un profesional del area de las comunicaciones.

Esta versión impresa de igual forma estará disponible en formato digital a través de la página web de la Asociación de Consumidores de Osorno, www.acosorno.cl, para ello la página se modificara de tal forma que permita que la revista tenga un lugar destacado y que sea de fácil acceso por parte de los usuarios





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)
INFORMAR, ORIENTAR Y EDUCAR A LOS USUARIOS Y CONSUMIDORES DE LA PROVINCIA DE OSORNO A TRAVES DE UNA REVISTA IMPRESA Y DIGITAL	Editar una revista institucional sobre temas de consumo que permita educar a la comunidad	Editar 3000 ejemplares mensuales de la revista "ACO TE INFORMA"	8.020.000
	Disponer de un medio de información digital hacia los usuarios de la provincia de Osorno.	Publicar en la pagina web. www.acosorno.cl la revista "ACO TE INFORMA"	860.000



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.
Editar una revista institucional sobre temas de consumo que permita educar a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> - Generar los contenidos de la revista. - Entrevistar a la personas vinculadas con el tema. - Diagramar - imprimir 	8.020.000	Luis Alvarez Hugo Alvarado	Abril- septiembre
Disponer de un medio de información digital hacia los usuarios de la provincia de Osorno.	<ul style="list-style-type: none"> - Modificar pagina web - Subir revista ACO - TE Informa - Mantener pagina web 	860.000	Hugo Alvarado	Abril - 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 (\$)
(Nombre y cédula nacional de identidad)		(Descripción de la actividad a desarrollar: coordinador del proyecto, capacitador, profesional investigador, etc. Y cuanta horas le dedicará a la función)	(Indicar mes o período mayor de ejecución del honorario; debe ser consistente con la información del cronograma de actividades)	(Monto solicitado al Consejo)	(Aporte al proyecto mediante contratación de la AdC o terceros; se rinde con boleta de honorarios).	(Estimación horas persona de trabajo realizado para el proyecto; no requiere acreditarse con boleta de honorarios).
HUGO ALVARADO SANCHEZ	11.595.058-4	EDICION DE REVISTA, DISEÑO, E IMPRESIÓN - MANTENCION PAGINA WEB Y SUBIR REVISTA A WEB	ABRIL- SEPTIEMBRE	7.460.000		
LUIS ALVAREZ GONZALEZ	11.308.105-8	COORDINADOR PROYECTO	ABRIL SEPTIEMBRE	600.000		
TOTAL ÍTEM (\$)				8.060.000		

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		(Indicar productos, cantidades y actividades que consideran gastos de alimentación). EJEMPLO: 50 colaciones para dirigentes asistentes a talleres.					
Movilización	Abril-septiembre	Bencina para movilizar equipo en terreno	180.000				
Materiales de escritorio.		(Indicar gastos) EJEMPLO: Adquisición de 50 carpetas, 50 lápices, etc.					
Impresión de materiales.		(Indicar gastos en diseño, impresión y/o distribución de materiales impresos). EJEMPLO: Costo de diseño e impresión de cuadernillo de capacitación; costo unitario \$ X.-					
Comunicaciones		(Indicar gastos en comunicaciones necesarias para el proyecto). EJEMPLO: Costo envío invitación correo, etc.					
Constitución de garantías.		(Gastos necesarios para la constitución de garantías de los proyectos). EJEMPLO: Gasto notarial.	40.000				



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
Arriendos		(Gastos en arriendo de equipamientos o inmuebles). EJEMPLO: Arriendo de proyector y telón para 5 talleres. Arriendo de oficina o local.					
Profesional del área de las comunicaciones	Abril-agosto	Contratar periodista para realizar apoyo en entrevistas y redacción	600.000				
Otros gastos		(Indicarlos)					
Otros gastos		(Indicarlos)					
TOTAL ÍTEM (\$)			820.000				



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





4. 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.		EJEMPLOS: - Impresión de 3.000 volantes de distribución con información sobre el proyecto a ciudadanía. - Impresión de 500 afiches informativos sobre actividades del proyecto.					
Costo de difusión del proyecto en medio de comunicación local, regional o nacional.		EJEMPLOS. - Aviso radial sobre realización de talleres. - Inserto en prensa local, con información del proyecto. - Elaboración de comunicados de prensa sobre realización del proyecto y talleres.					
Costo de difusión de resultados del proyecto.		EJEMPLOS: - Costos de la ceremonia de cierre de los talleres, con invitación a dirigentes y autoridades locales.					





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
		- Aviso radial sobre resultados del proyecto. - Inserto en prensa local, con información de resultados del proyecto.					
Otros gastos		(Indicarlos)					
Otros gastos		(Indicarlos)					
Otros gastos		(Indicarlos)					
TOTAL ÍTEM (\$)							



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





5. 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		EJEMPLO: Adquisición de cámara digital, telón, proyector, según cotizaciones.					
Equipamiento 2							
Mobiliario 1		EJEMPLO: Adquisición de muebles de escritorio, según cotizaciones.					
Mobiliario 2							
Otras inversiones 1.							
Otras inversiones 2.							
TOTAL ÍTEM (\$)							





6. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	8.060.000		
OPERACIONALES	820.000		
DIFUSIÓN.			
INVERSIÓN			
TOTAL POR ÍTEM (\$)	8.880.000		
TOTAL PROYECTO (\$)		8.880.000	

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

AGENCIA MASSMEDIOS SE DEDICA AL SERVICIOS DE DISEÑO Y CREACIÓN PUBLICITARIA, LLEVAMOS 8 AÑOS TRABAJANDO EN LA CIUDAD DE OSORNO Y NUESTROS SERVICIOS ABARCAN DESDE:

DISEÑO EDITORIAL

Nuestro equipo editorial está capacitado para desarrollar trabajos con respecto a todo lo relacionado con el diseño de revistas y catálogos. De esta manera, usted puede mostrar todos sus productos de forma clara y atractiva para el público.

- LIBROS
- REVISTAS
- CATALOGOS

GRAFICA

A través de la imagen gráfica que consta de volantes, avisos y papelería en general, creamos un concepto y una línea de diseño acorde al enfoque que su empresa necesita.

- IMAGEN CORPORATIVA (TARJETAS – HOJAS CARTA – SOBRES)
- CREACION DE LOGOS
- VOLANTES
- DIPTICOS
- TRIPTICOS
- AFICHES
- CALENDARIOS (ESCRITORIO – TACOS)
- TACOS
- AGENDAS
- ANUARIOS
- CARPETAS
- MANUALES CORPORATIVO
- PENDONES
- GIGANTOGRAFIAS
- OTROS

PUBLICIDAD

La comunicación es la forma óptima de dar a conocer algo. El dilema es cómo comunicar. Para esto contamos con profesionales capacitados para diseñar estrategias comunicacionales precisas para los mercados que requieran de conceptos especiales.

- DIARIOS
(EL DIARIO AUSTRAL OSORNO – TEMUCO – VALDIVIA – PTO. MONTT.
DIARIO EL MERCURIO)
- REVISTAS BUEN VIAJE, TURISMO.
- PERIODICO MULTIDATOS Y MULTIDATOS DIGITAL
- REVISTA SCANNER, EDICION DE SALUD Y MEDICINA.

DISEÑO WEB

A través del diseño web, que es una plataforma de información para el mercado global, podemos publicitar sus productos las 24 horas del día, logrando un flujo de venta más eficiente que cualquier otro medio.

MULTIMEDIA

A través de CD interactivos que contienen presentaciones digitales con animaciones, video y diversos contenidos, se logra una presentación de su empresa con una imagen tecnológica y dinámica.

E-MAIL MKT

Si su empresa necesita comunicar a miles de potenciales clientes, nosotros creamos diseños especializados para ser enviados por mail, ocupando esta herramienta altamente segmentada, compuesta de diseños especializados, movimientos y sonidos.

MARKETING ESTRATEGICO

El mercado global está compuesto por personas de diversas características y gustos. Para nosotros es indispensable saber lo que los clientes necesita. Por esta razón desarrollamos nuestros proyectos tomando en cuenta lo complejo que es "dar soluciones" hoy en día.

ASESORIAS

En esta área, volcamos nuestra experiencia hacia la solución de los posibles problemas de nuestros clientes, acordes a las necesidades de los mercados actuales, planteándonos siempre nuevos desafíos.



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

La ACO, desde el año 2006 ha venido ejecutando diversos proyectos financiados por los Fondos Concursables, en donde ha abordado temáticas de educación, formación, difusión de la ley 19.496 a través de prensa, televisión y radio.





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

La comunidad va a tener un rol importante en el proyecto porque según el formato de la revista va a existir la participación de la comunidad a través de la presentación de casos o situaciones los cuales serán desarrollados en la revista y servirán como elemento demostrativo de la aplicación de la ley 19.496





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

En la medida que la revista tenga una buena acogida en la población va existir la posibilidad de encontrar auspiciadores para seguir editando la revista.



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

Sin duda que una revista editada por una asociación de consumidores que representa a la sociedad civil va a tener un impacto en el movimiento de consumidores

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.