

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

**I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

**1. NOMBRE DEL PROYECTO.**

**“Sistema Integral de Asesoría y Capacitación a Consumidores de Temuco y Padre las Casas”**

**2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.**

General			Específica
Nacional		Regional/ Local	X

**3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.**

<b>Nombre:</b>		<b>RUT:</b>	
Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur.		65.867.780-2	
<b>Domicilio:</b>		<b>Comuna:</b>	<b>Región:</b>
Pje. Molulco 575, Sta. Rosa		Temuco	Araucanía
<b>Teléfono:</b>	<b>Correo electrónico:</b>		<b>Fax:</b>
045- 216822	asconsumidores@gmail.com		
<b>Nombre representante legal.</b>		<b>Cédula Identidad N°:</b>	
Richard Caamaño Oyarzún		10.433.259-5	
<b>Personalidad Jurídica N°:</b>	<b>Fecha otorgamiento:</b>	<b>Organismo:</b>	
1-9 AC	08.05.2007	Ministerio de Economía Fomento y Reconstrucción	
<b>Registro Asociación receptora Fondos SERNAC</b>		<b>Registro Central Colaborador del Estado N°</b>	
<b>N°</b>	<b>Año</b>	<b>N°</b>	<b>Año</b>
18	2007		



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

Nombre	Cargo	Cédula Nacional de Identidad N°
Richard Eduardo Caamaño Oyarzún	Presidente	10.433.259-5
Eduardo Rivas Morán	Vice-Presidente	9.731.978-2
Betty E. Cortes Garay	Secretaria	11.296.720-6
Alfonso Ceballos San Martín	Tesorero	7.979.312-4
Gloria Levil Chichahual	Directora	12.254.418-4

#### 5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

<b>Responsable directo:</b>		<b>Dirección:</b>	
Christian Aguilera Bahamonde		Manuel Montt 920-Of.303	
<b>Comuna:</b>	<b>Fono-fax:</b>	<b>Correo electrónico:</b>	
Temuco	045-216822	Christian.ab7@gmail.com	
<b>Teléfono de contacto (fijo):</b>	<b>Teléfono de contacto (celular):</b>		
045-216822	82234630		



**6 POSTULACIONES PREVIAS.**

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , <u>cuántos proyectos</u> ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	7			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	3			
¿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):	<b>Nombre del proyecto</b>			<b>Año</b>
	“ ... ”			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>	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.

**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

Son dos los principales problemas que pretende abordar este proyecto.

1.- Necesidad de un sistema de atención que otorgue un servicio integral al consumidor de manera presencial y que le entregue las herramientas que le permitan resolver sus problemas de consumo a través de orientación y asesoría, fortaleciendo con ello su capacidad como contraparte de las empresas proveedoras y, por otra parte, servir como canal de mediación ante posibles conflictos de consumo y que requieran una intervención mas especializada e independiente.

En esta parte del proyecto, se pretende entregar el servicio a las comunas de Temuco y Padre las Casas, ambas con una población total de 304.142 hts.(INE.Censo 2002), de las cuales 146.398 son hombres, y 157.744 son mujeres, esperando beneficiar a lo menos al 0,5% de la población una vez finalizado el proyecto, es decir, 1.331 consumidores. Esto se deduce tomando en cuenta que, del número de beneficiados en forma directa en la atención como objetivo (350 personas), a lo menos existen 3 beneficiados más en forma indirecta con el servicio.

Cabe destacar que 37.917 hts. del total de ambas comunas es de carácter rural, estimando que este sector no tendrá un acercamiento a este espacio de consulta por sus características tanto de lejanía como de acceso a información.

2.- Necesidad de un espacio de coordinación, articulación y sinergia para los canales de comunicación, información y educación con las organizaciones de la sociedad civil, que permita abrir nuevos frentes de discusión y capacitación para un consumo responsable en las comunas de la región.

En esta parte del proyecto, se pretende entregar capacitación en las comunas de Vilcún, Nueva Imperial, Cunco y Lautaro, todas del entorno más cercano a Temuco y con mayor acceso al principal centro comercial y de servicios de la región. Temuco y Padre las Casas también serán beneficiadas con estos talleres, logrando concretar durante el periodo de duración del proyecto 6 talleres de capacitación, uno por comuna, para 30 actores sociales por comuna. Por otra parte, se persigue identificar y articular a lo menos 2 actores sociales por comuna de manera de iniciar una mesa de trabajo para conformar un consejo consultivo



de consumo, abordando los principales problemas de consumo por sector y promover la asociatividad de los consumidores de manera de conformar nuevas asociaciones en estas localidades.

Por lo anterior, se pretende beneficiar en forma directa a 180 dirigentes sociales de las comunas citadas, estimación conservadora considerando que el total de la población urbana es de 323.461 hts., (INE.Censo 2002), sin embargo, si se considera que cada dirigente tiene la representación de a lo menos 20 personas, se espera beneficiar en forma indirecta a lo menos el 1% de la población, es decir, 3.234 consumidores.

Cabe destacar que el total de estas comunas beneficiadas cuenta con una población rural de 94.152 hts.

Por otra parte, del total de la población de las comunas beneficiadas, 214.206 son mujeres y 203.407 son hombres, no haciendo distinción entre urbano o rural.

Los talleres se desarrollarán en las temáticas de :

- a) Ley del Consumidor
- b) Endeudamiento
- c) Consumo Responsable.

El proyecto se considera de esta forma toda vez que estamos frente a una de las regiones con el índice de pobreza y cesantía mas altos del país, lo que conlleva los riesgos propios a nivel familiar de sobreendeudamiento por la utilización del crédito para satisfacer sus necesidades, encerrando a las familias en un ciclo sin retorno especialmente al no contar con capacidad de pago, ya sea por bajo nivel de ingresos o, por no haber conciencia de los riesgos. Es por ello que la idea es clarificar, informar y orientar tanto desde la plataforma de atención con en estos talleres para un consumo responsable e informado y, por otra parte, promover asociatividad en las comunas más cercanas, importantes y con alta concentración de población mapuche de la región.

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

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

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

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

## 2. Definición de la Población Objetivo.

Definir la población que resultará beneficiada directamente con el proyecto.

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

### Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

### 350 casos atendidos en forma presencial en temas de asesoría y mediación ante problemas de consumo.

La oficina tendrá un horario de atención de 09:00 hrs. a 17:00 hrs. en horario continuado, en donde se espera atender un promedio de 6 personas (estimación conservadora en sus inicios y se presume en aumento) por día durante los 5 meses que dura el proyecto en su primera etapa. Los días de atención serán lunes, miércoles y viernes, ya que los días martes y jueves serán destinados a evaluación de casos, por el equipo ejecutor y el área jurídica, además de la coordinación y gestión de los talleres en las comunas. .

### 180 personas capacitadas a través de talleres sobre la Ley del Consumidor, Asesoría al Endeudamiento y Morosidad y Consumo Responsable.

Durante el periodo de ejecución del proyecto, se realizarán 6 talleres de capacitación en 6 comunas de la región, estas son, Padre las Casas, Cunco, Lautarol, Nueva Imperial, Vilcún y Temuco, con un promedio de 30 personas por taller. El objetivo de esto obedece a que, en el caso de Lautaro, Nueva Imperial, Cunco y Vilcún, son sectores urbanos que concentran sus actos de consumo (supermercados, tiendas comerciales, financieros y de servicios) en la principal comuna de la región como lo es Temuco y en donde no en todas se cuenta con servicios de atención, tanto por parte de las empresas proveedoras como de servicios, además de existir una alta concentración de población Mapuche. Por otra parte, se pretende identificar actores sociales que permitan promover la asociatividad, y establecer una mesa de trabajo para abordar de manera conjunta e informada los principales problemas de consumo de cada sector, manteniendo un flujo de información y asesoría constante con la posibilidad de instalar nuevas asociaciones de consumidores al alero de un Consejo Consultivo de Consumo regional.

### Orientación y asesoría vía correo electrónico.

Bajo la oportunidad de contar con un espacio abierto y con las herramientas técnicas necesarias, se pretende prestar asesoría y orientación en materias de consumo a través del correo electrónico de la asociación, como un instrumento mas de servicio a la comunidad, especialmente a quienes no tengan la oportunidad o posibilidad de acercarse personalmente a la plataforma de atención.

Total: 530 personas beneficiadas en forma directa.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
530	indeterminado	indeterminado

### 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 busca atender a la demanda de información y asesoría ante problemas de consumo a nivel presencial (caso a caso), ofrecer una asesoría medial vía mail y a través de Talleres de Capacitación sobre la Ley del Consumidor y Asesoría frente al endeudamiento y la Morosidad.

Para ello, se arrendará a contar del mes de abril, una oficina con sede en Temuco que contará con un equipo de 2 personas para atención y recepción de casos. La oficina atenderá de 09:00 a 17:00 hrs. en horario continuo, tres días a la semana durante los 5 meses que dura el proyecto, los días martes y jueves serán destinados a la coordinación y ejecución de los talleres de capacitación por comuna y análisis de casos por parte del área jurídica de CDS y el equipo executor del proyecto.

El equipo de atención en la oficina esta formado por un administrador, una secretaria para la recepción y atención de casos y 2 abogados (área jurídica) para la asesoría legal, análisis y seguimiento de casos.

De este modo, el proyecto entregará los siguientes servicios a los consumidores:

- 1) Atención presencial a consumidores en la Oficina de Atención
- 2) Asesoría online vía correo electrónico.
- 3) Talleres de Capacitación a Consumidores a nivel intercomunal.

La convocatoria de la apertura de estos servicios que brinda el proyecto, serán difundidos mediante volantes y avisos radiales, más la difusión que se realizará al alero del proyecto de Radio una vez en ejecución lo que significará un aporte relevante al éxito del proyecto en su conjunto.

<b>Objetivo General:</b> (Indicar la contribución general del proyecto a la superación del problema planteado)	<b>Objetivos Específicos:</b> (Indicar el aporte mas directo del proyecto a la superación del problema planteado)	<b>Resultados Esperados</b> (Indicar claramente qué se espera lograr con la ejecución de las actividades que están consideradas en este objetivo)	<b>Presupuesto por objetivo</b> (Indicar con precisión los montos del presupuesto asociado a cada uno de los resultados esperados)
Ofrecer a los consumidores de las comunas de la región, una oferta de servicios de asesoría y mediación frente a sus problemas de consumo, endeudamiento y morosidad a través de atenciones de caso, talleres y asesoría online.	Informar, orientar y asesorar a los consumidores de Temuco y Padre las Casas en forma presencial ante sus problemas de consumo.	350 personas informadas y orientadas en sus problemas de consumo a través de atención presencial en los 5 meses que dura el proyecto.	4.870.000
	Informar, orientar y asesorar a través de talleres de capacitación sobre Ley del Consumidor y endeudamiento a dirigentes de las comunas de Cunco, Lautaro, Nueva Imperial, Vilcún, Temuco y Padre las Casas.	180 personas capacitadas en las 6 comunas identificadas.	1.113.600



### III. PLAN DE ACTIVIDADES.

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

#### 1. Definición de las actividades.

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

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

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

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

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





<b>Resultados Esperados</b> (Indicar claramente qué se espera lograr)	<b>Actividades</b> (Indicar cada una de las actividades NECESARIAS para cumplir con lo esperado)	<b>Presupuesto de la actividad</b> (Precisar el costo parcial o total de la actividad, en pesos (\$))	<b>Responsable</b> (Indicar integrante/s del equipo ejecutor)	<b>Fecha de ejecución de la actividad.</b>
350 personas informadas y orientadas en sus problemas de consumo a través de atención presencial en la oficina	a) Elaboración, validación e impresión de fichas de atención y registro de casos.	210.000	Christian Aguilera Jasmina Ceballos Abogados	01.04 – 08.04
	b) Convocatoria de potenciales usuarios de atención en problemas de consumo.	700.000	Christian Aguilera Jasmina Ceballos	01.04 – 31.08
	c) Atención de casos en Oficina.	4.170.000	Christian Aguilera Jasmina Ceballos	12.04 – 12.09
	d) Evaluación de la atención por usuarios.	50.000	Jasmina Ceballos	12.04 – 12.09
180 personas capacitadas en las 6 comunas identificadas	a) Elaboración, validación e impresión del material de capacitación por el equipo ejecutor.	366.600	Christian Aguilera Jasmina Ceballos Abogados	01.04 – 30.04
	b) Convocatoria de dirigentes en comunas.	738.000	Jasmina Ceballos	01.04 – 01.08
	c) Realización de Talleres de Capacitación	902.000	Jasmina Ceballos	03.05 – 12.09
	d) Evaluación del Taller por los participantes.	65.000	Jasmina Ceballos	03.05 – 12.09



#### 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.

3. **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



4. Gastos de honorarios.

<b>GASTOS DE HONORARIOS</b> (Asesoría profesional o experta contratada por el Proyecto).						
<b>Identificación del honorario</b>		<b>Función proyecto</b>	<b>Indicar mes /periodo estimado del Gasto</b>	<b>Solicitados Fondo Concursable. (\$)</b>	<b>Aportados por la Asociación o terceros.</b>	
<b>Nombre completo</b>	<b>Cédula Nacional del Identidad</b>				<b>Efectivo (\$)</b>	<b>Valorado (\$)</b>
Christian Aguilera Bahamondes	8.282.582-7	Jefe de Proyecto, administrador oficina	Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre	1.320.000		
Jasmina Ceballos		Secretaria	Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre	900.000		
Esteban Lassalle		Abogado	Abril Mayo Junio Julio Agosto			600.000
Cecilia Gonzalez		Abogado	Abril Mayo Junio Julio Agosto			600.000
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>				<b>2.220.000</b>		<b>1.200.000</b>



**5. 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
Arriendo	Abril Mayo Junio Julio Agosto septiembre	Arriendo de oficina por 6 meses de ejecución del proyecto.	720.000				
Comunicaciones	Abril Mayo Junio Julio agosto Septiembre	Gasto de telefonía e internet	240.000				
Materiales de escritorio.	Abril Mayo	Lapices, carpetas, resmas de papel, tinta para impresora, etc.	250.000				
Alimentación.	Abril Mayo Junio julio agosto	Cofee breack de talleres de capacitación	150.000				
Relatorías	Abril Mayo Junio julio Agosto	12 horas de relataría profesional	200.000		200.000		



# 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
Gastos de combustible y movilización	Abril Mayo Junio Julio agosto	Costo de vehículo y combustible por traslado en el desarrollo de las capacitaciones en las diferentes comunas			700.000		
Constitución de garantías.	abril	Gasto Notarial	25.000				
Impresión material de talleres	abril	Material de apoyo para talleres	200.000				
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>			<b>1.785.000</b>		<b>900.000</b>		





### 3. Gastos de difusión

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
Costo de actividades de difusión de la realización del proyecto.	abril	Diseño y producción de material de difusión.	300.000				
Costo cierre de proyecto.	septiembre	Ceremonia de Cierre de proyecto con autoridades locales y vecinales.	200.000				
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>			<b>500.000</b>				





**4. Gastos de inversión.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto	Descripción del gasto solicitado.	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportes de la Asociación al Proyecto (\$)		Aportes de terceros a la ejecución del Proyecto (\$)	
				Efectivo	Valorado	Efectivo	Valorado
Equipamiento	Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre	Equipamiento, data, computador, equipo de amplificación, muebles de oficina.			1.250.000		
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>					<b>1.250.000</b>		





5. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	2.220.000		1.200.000
OPERACIONALES	1.785.000		200.000
DIFUSIÓN.	500.000		
INVERSIÓN			1.250.000
TOTAL POR ÍTEM (\$)	4.505.000		2.650.000
TOTAL PROYECTO (\$)		7.155.000	

## 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 compuesto por dos integrantes de la Asociación en forma directa, quienes serán los encargados de la atención de público orientando y canalizando las consultas y coordinando su evaluación, e indirectamente por dos abogados con experiencia en casos relacionados tanto en materias de consumo como del sector financiero o de la banca privada, según se acredita en los respectivos curriculum de los profesionales jurídicos y asesores directos de CDS, dando con esto garantías de seriedad, compromiso y profesionalismo a la hora de responder ante los requerimientos de quienes soliciten el servicio de atención prestado en nuestra oficina.

El equipo esta compuesto por:

- 1.- Christian Aguilera Bahamonde, Administrador
- 2.- Jasmina Ceballos, Secretaria recepcionista
- 3.- Cecilia Gonzalez Ruiz, Abogada
- 4.- Esteban Lassalle Sepulveda, Abogado.



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

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

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

Puntajes asociados.

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

La asociación es primera vez que presenta un proyecto de esta índole, por lo que no podría acreditar experiencia en la materia, sin embargo, lleva trabajando y capacitando durante 6 años de trabajo continuo, y tres de ejecución y administración de proyectos en variados temas de consumo, es por ello que, bajo la necesidad de seguir potenciando la labor realizada a la fecha, se postula esta iniciativa, la idea es precisamente ganar la experiencia necesaria para ver los grandes requerimientos o demandas de los consumidores, coordinar acciones y canalizar nuevas iniciativas potenciando nuestra labor, validándonos en la comunidad y fortaleciendo la asociatividad como instrumento de acción, participación e incidencia.





**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 necesidad de un espacio de trabajo y servicio nos llevó a proponer el proyecto. Las constantes consultas tanto de organizaciones como de consumidores en general nos motivaron a presentar la propuesta ya que contamos con la experticia tanto técnica como administrativa para llevarla a cabo. Cada vez que la Asociación se presenta o es invitada a participar de espacios de discusión, la principal inquietud es precisamente en donde esta ubicada nuestra oficina, siendo una falencia que a la fecha ha influido en el desarrollo organizacional e institucional de CDS.

En cada proceso de atención se entregará una ficha de evaluación en donde el consumidor podrá opinar acerca de nuestro trabajo, el servicio prestado, su conformidad o no ante la atención y respuesta o posibles sugerencias para mejorar nuestro espacio.





## 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 necesidad de un espacio físico y la aprobación del mismo nos lleva inmediatamente a trabajar por, durante el tiempo que dure el proyecto, buscar nuevas formas de financiamiento y que permitan sustentar la oficina disminuyendo la necesidad de un fondo específico en el corto plazo y hacerla sustentable en el tiempo, de manera que podamos darle continuidad una vez finalizado el tiempo de ejecución de este. Estamos ciertos que la atención de público nos abre la posibilidad de encontrar formas de financiamiento, nuevos socios que aporten a ello y un reconocimiento público de otras organizaciones que puedan cooperar a su sustentabilidad.

La oportunidad que nos da el contar con oficina nos permite sostener que es absolutamente viable, a partir de un primer financiamiento importante, replicar y ganar la experiencia necesaria para compartirla con otras adcs y promover nuevas instalaciones.





### 3. Aporte al movimiento consumerista.

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

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

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

El proyecto busca en primer lugar consolidar 3 años de trabajo promoviendo el derecho, el consumo responsable y la participación de los consumidores en las diferentes mesas de trabajo público privadas en la región. En segundo lugar, ser un aporte a la institucionalidad como agente articulador, coordinador de acciones y de acercamiento a la comunidad. Y en tercer lugar, ser un agente referente en el medio que potencie la asociatividad, el movimiento de consumidores en Chile e instrumento de fortalecimiento a la RED de Asociaciones de Consumidores Sur Austral de Chile, traspasando además no solo la experiencia, sino también facilitando los equipos de trabajo a quienes lo requieran dentro del movimiento.



## 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.