

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

**I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

**1. NOMBRE DEL PROYECTO.**

Oficina de Información, Orientación y Asesoría Legal a los Consumidores de la Región de Los Ríos.
---

**2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.**

General			Específica
Nacional		Regional/ Local	X

**3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.**

<b>Nombre:</b> Asociación de Consumidores y Usuarios de La Provincia de Valdivia		<b>RUT:</b> 65.905.340-3	
<b>Domicilio:</b> Garcia Reyes nº 455, oficina nº 4		<b>Comuna:</b> Valdivia	
<b>Teléfono:</b> 203250		<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:Ruben.paradaperez@gmail.com">Ruben.paradaperez@gmail.com</a>	
<b>Nombre representante legal:</b> Rubén Parada Pérez		<b>Cédula Identidad N°:</b> 9.085.991-9	
<b>Personalidad Jurídica N°:</b> 3-10 AC	<b>Fecha otorgamiento:</b> 4-Junio-2007	<b>Organismo:</b> Ministerio de Economía	
<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>



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

Nombre	Cargo	Cédula Nacional de Identidad N°
Rubén Hernán Parada Pérez	Presidente	9.085.991-9
Luis Fernando Oyarzún Cárdenas	Vice-Presidente	9.399.856-1
Ana Patricia Trunce Sáez	Secretaria	9.418.621-6
Victor Llampier Robles Lagos	Tesorero	13.319.935-7
Oswaldo Gallardo Barría	Director	3.165.437-8
Marcial Edgardo Cofre Monsalve	Director	12.993.999-0
Jorge Ramón Lara Paillalef	Director	9.396.568-K

**5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.**

<b>Responsable directo:</b>		<b>Dirección:</b>	
Rubén Hernán Parada Pérez		García Reyes n° 455, oficina n° 4	
<b>Comuna:</b>	<b>Fono-fax:</b>	<b>Correo electrónico:</b>	
Valdivia	203250	<a href="mailto:ruben.paradaperez@gmail.com">ruben.paradaperez@gmail.com</a>	
<b>Teléfono de contacto (fijo):</b>		<b>Teléfono de contacto (celular):</b>	
203250		77045690	



**6 POSTULACIONES PREVIAS.**

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , cuántos proyectos ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	4			
¿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	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):	<b>Nombre del proyecto</b>			<b>Año</b>
	“ ... ” Capacitación y participación ciudadana en la red de protección al Consumidor en la Región de Los Ríos			2009
	“ ... ”			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>	1
--	---



## 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

La Región de Los Ríos tiene \$356.396 habitantes, equivalente al 2,36 % de la población nacional, de la cual el 68.3% es urbana y un significativo 31.7% de porcentaje es rural, población que es significativamente mayor al promedio nacional que corresponde a un 13%, concentrando la comuna de Valdivia cerca del 40% de la población regional.

Durante el transcurso del año 2009, nuestra Asociación ejecutó dos proyectos de difusión, promoción y capacitación de los Derechos de Los Consumidores cubriendo la totalidad de la Provincia de Valdivia (6 comunas), más la comuna de Futrono perteneciente a la Provincia del Ranco. Durante estas actividades se pudo constatar la multiplicidad de problemas relacionados con los derechos de los consumidores en los servicios básicos tales como electricidad y agua potable, en los cuales nuestra Asociación ha actuado como organización orientadora, por lo que es de suma importancia poder contar con la oficina como lugar de contacto, apoyo y consulta para cuando los vecinos de comunas tengan que viajar a la capital regional.

También otro aspecto a considerar para el financiamiento de nuestra oficina es que durante el transcurso del año pasado, en cada una de las visitas realizadas a las siete comunas de nuestra región, se dio a conocer la existencia de ésta a las respectivas Uniones Comunales de Juntas de Vecinos y medios radiales.

Además la ACOVAL está entregando en forma permanente materiales y/o recursos a Juntas Vecinales, Clubes Deportivos, Sindicatos, Agrupaciones de Mujeres y particulares como calendarios, afiches.

Otro aspecto a considerar al momento de evaluar la necesidad de aprobación de este proyecto es que el lugar físico donde nos ubicamos permite, en la actualidad, la reunión de la Asociación de Consumidores de Valdivia con diferentes organizaciones sociales de la ciudad, como también con dirigentes que provienen de otras comunas de la Región.

Se hace necesario mantener un trabajo sistemático para posicionarnos como lugar e instancia de participación, información y consulta sobre los distintos problemas que los consumidores y usuarios tienen en la Región, pero para eso debemos estar visibles públicamente con actividades periódicas en terreno y sobre todo, utilizando los medios de comunicación. La mantención de esta oficina irá de la mano de un plan de difusión a 6 meses con el fin de que la sociedad civil sepa cuál es el trabajo que se está realizando con miras a un país más desarrollado y justo, en donde las personas conozcan sus derechos y puedan ejercer la herramientas legales para no ser víctimas de abusos por parte de algunas empresas que venden productos o servicios.



Ir generando conciencia ciudadana, en relación a estas materias, es un deber ineludible de esta asociación y por la tanto, se deben seguir abriendo y manteniendo espacios que permitan, en un plazo no mayor a un año, la conformación de la Red Regional de Consumidores y Usuarios.

**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

Entre los nuevos aportes del proyecto de continuidad se contempla la permanencia de una persona a honorarios (una secretaria), con atención de media jornada en las mañanas, de lunes a viernes, lo cual subsana la deficiencia de los proyectos anteriores que se reducían a atención voluntaria y por tres días a la semana. Además, se contempla la asesoría de un periodista por 6 meses, con el objetivo de posicionar la oficina en la Región, a través de un plan de difusión que contempla trabajo en prensa escrita, cápsulas radiales y para televisión por cable y la publicación de contenidos en la página web rediseñada.

La continuidad de nuestra oficina que está a dos cuadras del Terminal de Buses y a dos cuadras de la plaza de la República, aumentaría el número de reuniones de coordinación y planificación que se realizan en la actualidad con diferentes dirigentes de organizaciones de las comunas de la Región de los Ríos. Lo anterior obedece a la idea que ya se ha conversado y comprometido a algunos dirigentes de comunas con poder concretar durante el transcurso del presente año el Consejo Regional de Consumo de la Región, para lo cual se hace indispensable un espacio que permita tener reuniones de coordinación con los representantes de cada comuna, con los cuales en la actualidad se mantiene el contacto vía correo o telefónica.

## 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

Esta iniciativa pretende beneficiar directamente a dirigentes sociales y consumidores de la Región de Los Ríos, los que no cuentan con la asesoría e información necesaria para tomar decisiones y hacer valer sus derechos. Pretendemos trabajar con alrededor 300 personas, las que estarán vinculadas a la Oficina a través de las Uniones Comunales de Juntas de Vecinos, grupos de mujeres, red regional de adultos mayores y otras organizaciones sociales. Este criterio dice relación con que los dirigentes sociales tienen un efecto multiplicador en el resto de los vecinos y muchos de ellos son líderes de opinión. En la mayoría de los casos son personas experimentadas en el trabajo de base. Mediante reuniones periódicas de coordinación y con la entrega de material informativo podemos avanzar fuertemente en esta gestión. No obstante, utilizando medios electrónicos, radio y televisión por cable podemos impactar fácilmente a 5000 personas, los que recibirán información veraz y oportuna sobre el ejercicio de sus derechos como consumidores y usuarios.

Los rangos etarios que pretendemos abarcar son: hombres y mujeres jóvenes entre 18 y 29 años; hombres y mujeres adultos entre 30 y 64 años; y hombres y mujeres adultos mayores desde los 65 años en adelante.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Indicar el número total de afectados (población objetivo).	Indicar el número total de hombres afectados.	Indicar el número total de mujeres afectadas.
5300	2300	3000

### 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

Se espera fortalecer la gestión operativa de la Asociación de Consumidores y Usuarios de de la Provincia de Valdivia (Acoval), a través de una Oficina de Atención, Información, Orientación y Asesoría Legal a los Consumidores de la Región de Los Ríos. Este espacio físico, ubicado en el centro de la capital regional contará con una secretaria, media jornada, de lunes a viernes y con un periodista, a cargo de la difusión y vinculación con la comunidad. Acoval ya tiene trabajo previo con dirigentes sociales de la región, financiado con proyectos anteriores, por lo tanto, queremos posicionarnos como el medio para canalizar los distintos problemas que enfrenta la ciudadanía en materia de derechos del consumidor y a la vez conformar la Red Regional de Consumidores y Usuarios.

La idea es contar, durante el primer mes de proyecto, ampliar los vínculos a otros sectores sociales más allá de los actualmente existentes que son dirigentes vecinales, lo que nos permitirá identificar otros líderes de opinión para hacer un trabajo informativo y orientador.

Una vez contactados los dirigentes de las 12 comunas, realizaremos reuniones de coordinación, al menos una vez al mes, en donde entregaremos asesoría gratuita. También se espera salir a terreno para ir formando la red regional con actores claves.

En cuanto al trabajo de difusión: Iniciaremos una campaña comunicacional en televisión por cable y en al menos tres radios regionales. Antes y después de cada actividad se enviarán comunicados de prensa a diarios electrónicos regionales.

Además, periódicamente, se subirá información actualizada a la página web de la asociación y se diseñarán volantes y trípticos.

En el caso de los medios de verificación se entregará copia a Sernac de los productos comunicacionales, hojas de asistencia de reuniones y salidas a terreno y un completo registro fotográfico.



<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)
Fortalecer la gestión operativa de la Oficina de Información, Orientación y Asesoría Legal a los Consumidores de la Región de Los Ríos para facilitar la conformación de la Red Regional de Consumidores y Usuarios de Los Ríos.	Arrendar oficina para atención de público  Contratar personal para la atención de público y asesoría comunicacional de la Oficina durante 6 meses	Oficina operativa durante 6 meses  Contratación de una secretaria para atención de público de lunes a viernes, media jornada, durante 6 meses.  Contratación de un periodista durante 6 meses para optimizar el trabajo comunicacional en medios y el vínculo con la comunidad	Arriendo mensual \$150.000 Telefonía e internet \$ 50.000 Pago de energía eléctrica \$10.000 Insumos de oficina \$ 40.000 Sub total \$ 1.500.000  Honorarios secretaria media jornada \$125.000 x 6 meses Sub total: \$750.000  Honorarios asesoría periodista \$175.000 x 6 meses Sub Total: 1.050.000  <b>Total Objetivo: \$ 3.300.000</b>
	Fortalecer y vincular a los dirigentes sociales con el trabajo de la Asociación para Conformar Red Regional de Consumidores y Usuarios	-Elaboración de un catastro de dirigentes sociales de la región. -Realización de reuniones periódicas de coordinación con dirigentes sociales (al menos una reunión mensual) -Conformación de la Red Regional de Consumidores y Usuarios	Sub Total \$120.000 Sub total: \$100.000  Salidas a terreno \$ 40.000 x salida a las 12 comunas Sub total: 480.000  <b>Total Objetivo: 700.000</b>
	Diseñar e implementar un plan de difusión para posicionar a la Oficina en la región	-Rediseño de pagina Web - Realización y difusión de un video informativo de 3 minutos para tv cable -Realización y difusión de cápsulas radiales - Diseño e impresión de folletería	\$400.000 \$400.000  \$1.000.000 \$200.000  <b>Total Objetivo: 2.000.000</b>



### 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.
Oficina operativa durante 6 meses	Pago de arriendo de oficina Pago de servicios básicos (luz, telefonía e internet) Compra de materiales e insumos de oficina	\$900.000 \$360.000 \$240.000	Rubén Parada Pérez	Primeros días de cada mes durante 6 meses
Contratación de una secretaria para atención de público de lunes a viernes, media jornada, durante 6 meses.	-Realización de contrato	\$125.000 honorarios, media jornada x 6 meses. \$750.000	Rubén Parada Pérez Ana Patricia Trunce Victor Robles	Primera semana de abril
Contratación de un periodista durante 6 meses para optimizar el trabajo comunicacional en medios y vínculo con la comunidad	Selección de periodista	\$175.000 honorarios, media jornada x 6 meses. \$1.050.000	Rubén Parada Pérez Ana Patricia Trunce Victor Robles	Primera semana de abril
Elaboración de un catastro de dirigentes sociales de la región.	-Consulta base de datos Municipalidades -Salidas a terreno	\$120.000	Juan Pimentel Quiroz	Primera semana de abril Segunda quincena de abril
-Realización de reuniones periódicas de coordinación con dirigentes sociales	Reunión mensual con dirigentes sociales. (mínimo 6 reuniones)	\$100.000	Rubén Parada Pérez Periodista, Juan Moreira	Última semana de cada mes
Conformación de la Red Regional de Consumidores y Usuarios	-Contacto telefónico y correos electrónicos con dirigentes -Salidas a terreno 12 comunas	\$480.000	Rubén Parada Pérez Juan Moreira	Primera semana de abril Primera quincena de cada mes
Rediseño de pagina Web	Diseño y puesta en marcha web	\$400.000	Juan Moreira	Segunda quincena de abril
Realización y difusión de un video informativo de 3 minutos para tv cable	-Registro y edición de video -Contrato servicio de difusión por TV cable 6 meses	\$100.000 \$ 300.000	Juan Moreira	Primera quincena de abril Primera quincena de abril
Realización y difusión de cápsulas radiales	-Diseño de cápsulas radiales -Contrato servicio de difusión en radios por 6 meses	\$100.000 \$ 900.000	Juan Moreira	Segunda quincena de abril Segunda quincena de abril
Diseño e impresión de folletería	Diseño de folletería Impresión de folletería	50.000 150.000	Juan Moreira Juan Moreira	Primera semana de mayo



#### 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.

<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 /período 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>
Juan Antonio Moreira Patiño	13.954.074-3	Asesoría comunicacional. Apoyo en la vinculación con la comunidad y difusión en medios regionales.	Contrato por 6 meses, media jornada.	\$ 1.050.000	0	2.100.000
Secretaria	xxxxxx	Atención de público y trabajo administrativo de la Oficina	Contrato por 6 meses, media jornada.	\$ 750.000	0	1.050.000
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>				<b>5.130.000</b>	<b>0</b>	<b>3.150.000</b>





**2. Gastos operacionales.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto  Gasto de 6 meses	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	180.000 100.000	Colaciones para salidas a terreno Colaciones para reuniones de dirigentes	280.000		100.000		
Movilización	300.000	Pasajes o combustibles para salidas a terreno	300.000		150.000		
Materiales de escritorio.	170.000	Carpetas, resmas de oficio, lápices, cartridge	170.000				
Impresión de materiales.	0						
Comunicaciones	240.000 60.000	Telefonía, Internet cartas certificadas	300.000				
Constitución de garantías.	10.000	Gasto notarial garantías Gasto notarial contratos	10.000				
Arriendos	900.000	Arriendo de oficina	900.000				
Otros gastos	60.000	Fotocopias	60.000				
Otros gastos	60.000	Electricidad	60.000				
<b>Total ítem</b>	<b>2.330.000</b>	<b>2.080.000</b>	<b>2.080.000</b>	<b>0</b>	<b>250.000</b>		<b>0</b>





**3. Gastos de difusión.**

Ítem	Indicar mes/es estimado/s del gasto Gasto de 6 meses	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.	200.000	Diseño e impresión de folletería (trípticos y volantes)	200.000				100.000
Costo de difusión del proyecto en medio de comunicación local, regional o nacional.	100.000	Registro y edición de video	400.000				300.000
	300.000	Difusión video en TV cable					
Costo de difusión de resultados del proyecto.	100.000	Diseño y edición cápsulas radiales	100.000				
	900.000	Difusión cápsulas radiales	900.000				
Costo de difusión de resultados del proyecto.		Ceremonia de cierre			100.000		100.000
Otros gastos	400.000	Rediseño página web	400.000				600.000
<b>TOTAL ÍTEM (\$)</b>	<b>3.800.000</b>		<b>2.000.000</b>	<b>0</b>	<b>100.000</b>	<b>0</b>	<b>1.700.000</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	0	Computadores, impresoras	0		1.000.000		
Mobiliario 1	0	Mesas, sillones, sillas, hervidor, loza	0		500.000		
Mobiliario 2	0		0				
Otras inversiones 1.	0		0				
Otras inversiones 2.	0		0				
<b>TOTAL ÍTEM (\$) 1.500.000</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.500.000</b>	<b>0</b>	<b>0</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	1.800.000	0	3.330.000
OPERACIONALES	2.080.000	0	250.000
DIFUSIÓN.	2.000.000	0	1.800.000
INVERSIÓN	0	0	1.500.000
<b>TOTAL POR ÍTEM (\$)</b>	<b>5.880.000</b>	<b>0</b>	<b>6.880.000</b>
<b>TOTAL PROYECTO (\$)</b>	<b>12.760.000</b>		





**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	<b>13</b>

Como lo acreditan los curriculum acompañados el equipo ejecutor cuenta con experiencia en desarrollo de proyectos similares, como es el caso del encargado de llevar a cabo el proceso de difusión de la oficina.

En el caso de la secretaria esta ha tenido experiencia en materias legales por su desempeño como secretaria de reconocidos abogados de la ciudad.

Cabe hacer mención que el encargado de supervisar el funcionamiento de la oficina será responsabilidad del Directorio de Acoval.



## 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>

Nuestra Asociación ha mantenido por 18 meses en funcionamiento la oficina de Acoval en parte importante con financiamiento del Fondo Concursable del Sernac, año 2008 y 2009. También cuando no ha existido financiamiento ha sido nuestra Asociación la responsable de la mantención de la actual oficina.

## 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 existencia de la oficina en el transcurso de estos años se ha justificado en la medida que ha servido para recibir diversos dirigentes provenientes de comunas y de la misma ciudad en reuniones de coordinación para la programación de visitas a sus respectivas organizaciones, también ha permitido brindar atención y orientación cuando se ha solicitado de parte de los usuarios, como para la planificación de diversas actividades del directorio y socios de Acoval.





**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 posible que a mediano plazo esto se replique pues una de la tareas estratégicas de la Asociación de Consumidores es la constitución del Consejo Regional de Consumo el cual al constituirse debería dar paso a la constitución en la Provincia del Ranco que abarca a tres comunas con alta densidad poblacional.





**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

La mantención de la oficina esta plenamente justificado su aporte al desarrollo del movimiento consumerista, desde el momento que en la actualidad se ha constituido en un espacio referencial para los dirigentes vecinales con los cuales ya se ha trabajado en los proyectos anteriores y que abarcan en este momento las 7 comuna, con las cuales se están en permanente contacto telefónicos y visitas regulares.



## 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.