

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

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.

1. NOMBRE DEL PROYECTO.

**“Encuesta de Precios en supermercados de Ancud, Castro y Quellon,
publicación Informativo para Consumidores”**

2. LÍNEA DE POSTULACIÓN.

General			Específica
Nacional		Regional/ Local	X

3. IDENTIFICACIÓN DE ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre:		RUT:	
Asociación de Consumidores y Usuarios de Chiloé		65.797.540-8	
Domicilio:		Comuna:	Región:
Gabriela Mistral Nº13		Ancud	X Región de los Lagos
Teléfono:	Correo electrónico:		Fax:
96963879	chiloeactivoadc@gmail.com		
Nombre representante legal.		Cédula Identidad Nº:	
Diela Mercedes Alarcón Solís		8.873.929-9	
Personalidad Jurídica Nº:	Fecha otorgamiento:	Organismo:	
2-10	02-Febrero de 2007	Secretaría Regional Ministerial de Economía de la Décima Región de los Lagos	
Registro Asociación receptora Fondos SERNAC		Registro Central Colaborador del Estado Nº	
Nº	Año	Nº	Año
20	2007		



4. IDENTIFICACIÓN DIRECTORIO DE LA ASOCIACIÓN POSTULANTE.

Nombre	Cargo	Cédula Nacional de Identidad N°
Diela Mercedes Alarcón Solís	Presidenta	8.873.929-9
Romalda P. Muñoz Bastías	Vice-Presidenta	6.824.239-8
Juan Ivaldo Barrientos López	Secretario	8.050.336-9
Fabián Alejandro Hernández Alvarado	Tesorero	13.850.384-4
Julián Andrés Gesell Viveros	Director	15.288.899-6

5. IDENTIFICACIÓN DEL RESPONSABLE DIRECTO DEL PROYECTO.

Responsable directo:		Dirección:	
Diela Mercedes Alarcón Solís		Gabriela Mistral N° 13	
Comuna:	Fono-fax:	Correo electrónico:	
Ancud	96963879	Chiloeactivoadc@gmail.com	
Teléfono de contacto (fijo):	Teléfono de contacto (celular):		
	96963879		

6 POSTULACIONES PREVIAS.

¿Excluyendo el <u>presente Concurso</u> , <u>cuántos proyectos</u> ha postulado la Asociación al Fondo Concursable?	06			
¿Cuántos proyectos de la Asociación han recibido financiamiento del Fondo Concursable, incluyendo el Primer Llamado 2010?	03			
¿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>	Número de presentación 3°
--	---------------------------



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

De un tiempo a esta parte en nuestra comuna y provincia ha crecido considerablemente la oferta y número de supermercados. El aumento de estos ha hecho que por una parte los consumidores tengan mas opciones al momento de elegir donde y cuando comprar sus alimentos, pero que por otra se produzcan diferencias abismantes de precios en productos básicos indispensables dentro de la canasta familiar, lo cual muchas veces los consumidores aceptan, puesto que no se dan el tiempo de cotizar, y al no poseer la información necesaria en cuanto a los costos de estos productos, simplemente compran todo en un solo supermercado, sin darse cuenta que al comprar sin cotizar puede estar escogiendo la peor oferta.

La canasta familiar chilota difiere bastante en comparación a la canasta familiar con la que el INE (Instituto Nacional de Estadísticas) calcula el IPC (Índice de Precios al Consumidor) y se fija los sueldos mínimos del país. Si las autoridades siguieran esta lógica los sueldos mínimos de nuestra provincia deberían ser mayores que en el resto del país, pues por ser Chiloé una isla, los precios de los productos se encarecen aun mas por concepto de fletes y cruce del canal de Chacao. Ello es particularmente importante en nuestra región, ya que según el INE esta zona alcanza una tasa de desempleo de un 7,8% el trimestre octubre – diciembre 2009, mostrando un aumento de 4,7 puntos porcentuales respecto de igual trimestre del año anterior. Observándose en doce meses un crecimiento en la cesantía de un 202,7% concentrándose la actividad económica principalmente en la pesca artesanal, salmonicultura y servicios personales. Esto sumado el desconocimiento de la oferta alimenticia de los Supermercados, la precariedad en el salario y la oferta crediticia vía tarjetas, les lleven a adquirir sus productos alimenticios priorizando lugares de cercanía a su domicilio, desconociendo que la oferta es variada y que los precios de los alimentos cambian dependiendo de los proveedores, pudiendo ahorrarse un porcentaje importante en materia de gasto familiar.

Otro punto importante es también el aumento del consumo de bolsas plásticas lo que causa un daño enorme en el medio ambiente, ya que se necesitan, en el caso del nylon entre 30 a 40 años y el plástico hasta 450 años para su desintegración.

Esto se puede solucionar informando al consumidor de la existencia de otra opción como lo son las bolsas biodegradables o conocidas también como ecológicas, las que son reutilizables, amigables con el medio ambiente y además de bajo costo. Otra forma de educar al consumidor es a través de los medios de comunicación locales donde no solo se publiquen la propaganda de los supermercados sino también spot publicitarios con las claves para una compra inteligente y los datos de que producto y donde es mas barato.

En la actualidad el consumidor desconoce si la oferta de los Supermercados es parte de una concertación de precios, o está pagando por el valor real de los productos. Hasta ahora, no existen Estudios de Precios sobre una canasta básica de productos alimenticios a nivel regional, ni local.

La implementación de una iniciativa como ésta, logrará visibilizar la oferta de los supermercados comparando precios de un mismo producto entre distintos oferentes del mismo. Gracias a esta información el consumidor local podrá optar informada mente a la hora de hacer sus pedidos mensuales y lograr ahorros importantes en su presupuesto familiar.



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

La población total afectada por el problema, según el Censo 2002, es de 101.135 habitantes, de las cuales 50.422 son mujeres y 50.713 son hombres. Esta se descompone en las comunas de:

- 1. Ancud:** Población total de 20.153 mujeres y 19.793 hombres.
- 2. Castro:** 20.041 son mujeres y 19.325 son hombres.
- 3. Quellon:** 11.595 hombres y 10.228 mujeres.

TOTAL	HOMBRES	MUJERES
101.145	50.723	50.422

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

Este proyecto se implementara a través de una encuesta a 150 personas en tres de las principales ciudades de Chiloé, con el fin de definir primeramente el contenido de una canasta familiar chilota que por cierto difiere bastante de la del resto del país por la cultura y costumbres que se practican en esta parte de la nación.

De estos datos se escogerán los 30 productos mas consumidos por los chilotes y son estos los que se cotizaran el los diferentes establecimientos.

La recogida de datos se realizará en cada uno de los supermercados de las comunas de Ancud, Castro y Quellon mediante un formulario de registro de precios por producto.

Posteriormente, los datos serán tabulados, para establecer las diferencias de Precios y calidad de cada producto.

Los resultados de este Estudio serán publicados, editándose un tríptico que se entregará a los consumidores directamente y de forma gratuita en la vía pública.

Junto con esto se grabaran tres spot publicitarios con información útil para la dueña de casa (características de algunos productos, especificaciones técnicas, riesgos de consumo, etc.) Dichos comerciales se divulgaran el los medios de comunicación locales como por ejemplo nuestro programa radial derechos consumados a través de la cadena de radio de estrella del mar.

Otra manera de educar a los consumidores es creando conciencia acerca del daño que se causa al medio ambiente al desechar las conocidas bolsas plásticas de los supermercados las que tardan entre 30 a 40 años en desintegrarse. Es por esto que confeccionaremos 200 unidades de bolsas ecológicas o reutilizables que al igual que los boletines serán repartidos gratuitamente en la vía publica para que la gente las conozca y se familiarice con estas. Así como también recomendarlas en los spot y boletines como alternativa a las dañinas bolsas de nylon

Además, se realizarán Conferencias de Prensa, informando de los resultados a los ciudadanos vía medios de comunicación local.

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 a la población de Ancud, Castro y Quellon la diferencia de precios y calidad de los principales productos de la canasta familiar chilota en los supermercados de de cada comuna.	Establecer el contenido de la canasta familiar chilota.	Definir los 30 productos mas consumidos por los chilotes	\$300.000.-
	Toma de precios en los diferentes supermercados de las comunas de Ancud, Castro y Quellon.	Obtener los precios y calidad de cada producto que compone la canasta familiar chilota.	\$150.000.-
	Informar a los habitantes de Ancud, Castro y Quellon de los precios de los componentes de La canasta familiar chilota.	Difundir los 3000 trípticos con la información de los precios de los productos de la canasta familiar chilota. - Spots publicitario sobre los precios de la canasta familiar chilota.	Trípticos \$768.000 Spot publicitarios \$576.350 Total \$1.344.350.-
	Educar a la población en el reemplazo de las bolsas de nylon por bolsas ecológicas	Repartir 200 bolsas ecológicas. Spots publicitario sobre el uso de las bolsas ecológicas.	\$300.000.-
	Informar a la población de forma masiva a través de los medios de comunicación local.	Entregar la información en una conferencia prensa y spots publicitarios.	



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.
Definir los 30 productos mas consumidos por los chilotes, que establecen la canasta familiar chilota.	a) Definir la encuesta tipo a los hogares chilotes. b) Convocatoria de encuestadores. c) Encuestas en las distintas comunas de Chiloé. d) Tabulación de datos y definición de canasta familiar chilota.	Encuestadores, movilización de estos en las distintas comunas de Chiloé y sistematización de la encuesta y supervisiones. \$ 300.000	Freddy Bohm Alarcón Camila Bahamonde Muñoz	Mes de Marzo.
Obtener los precios y calidad de cada producto que compone la canasta familiar chilota.	a) Diseñar la encuesta de toma de precios en los distintos supermercados b) Convocatoria de encuestadores. c) Aplicación de encuesta. d) Tabulación de datos por precio y calidad.	Encuestadores, movilización de estos en las distintas comunas de Chiloé y sistematización de la encuesta \$150.000	Camila Bahamonde Muñoz, Freddy Bohm A.	Primera quincena de abril, Mayo y Junio.
Difundir los 3000 trípticos y las 300 bolsas ecológicas con la información de los precios de los productos de la canasta familiar chilota.	a) Diseño del tríptico informativo y las bolsas ecológicas. b) Impresión del tríptico informativo y confección de las bolsas ecológicas. c) Convocatoria de los promotores. d) Instalación del stand de	Diseño del tríptico y bolsas ecológicas, impresión del tríptico y confección de las Bolsas ecológicas, los promotores e instalación de stand. \$ 768.000 trípticos \$ 300.000 bolsas ecológicas.	Freddy Bohm A. Patricia Álvarez Barrientos	Ultima semana de los meses de, Abril, Mayo y Junio.





SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor



Fondo Concursable

2010

para asociaciones de consumidores

	la asociación en la vía pública. e) Entrega de los trípticos informativos y las bolsas ecológicas a la población.	Total \$1.068.000.-		
Spots publicitario sobre los precios de la canasta familiar chilota.	a) Diseño del spots publicitario. b) filmado del spots publicitario. c) Estreno del spots publicitario.	Diseño, filmación y lanzamiento de spots publicitario \$576.350.-	Freddy Bohm A. Camila Bahamonde M.	Meses de Abril, Mayo y Junio.
Informar a la población de forma masiva a través de los medios de comunicación local.	a) fijar hora, fecha y lugar de conferencia de prensa. b) Convocatoria de los medios de comunicación local. c) Corroborar los medios asistentes a la conferencia de prensa. d) Se realiza la conferencia de prensa acordada.	Aporte de la Asociación de consumidores y usuarios de Chiloé	Patricia Álvarez Barrientos Camila Bahamonde M.	Meses de Abril, Mayo y Junio.

ISO 9001

BUREAU VERITAS
Certification



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



IV. PLAN DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA.

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

1. Consistencia presupuestaria. PREGUNTAS GUÍA ¿Es consistente el presupuesto con las actividades, los objetivos y resultados planteados? ¿La distribución de gastos de personal, operacionales, de difusión e inversión se justifica en función del plan de actividades propuesto?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

2. Sustentación de solicitudes presupuestarias. PREGUNTAS GUÍA ¿Los honorarios solicitados / valorados, responden a valores de mercado conforme a la calificación de los ejecutores y a los tiempos dedicados a las actividades del proyecto? ¿Los gastos operacionales, de difusión e inversión están respaldados adecuadamente, por ejemplo, con cotizaciones?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

3. Cronograma de gastos. PREGUNTAS GUÍA ¿Se observa consistencia de los tiempos de ejecución del gasto, con el cronograma de actividades planteado?

Puntajes asociados.			
No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6





1. Gastos de honorarios.

GASTOS DE HONORARIOS (Asesoría profesional o experta contratada por el Proyecto).						
Identificación del honorario		Función proyecto	Indicar mes /período estimado del Gasto	Solicitados Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o terceros.	
Nombre completo	Cédula Nacional del Identidad				Efectivo (\$)	Valorado (\$)
Freddy Patricio Bohm Alarcón	15.296.851-5	Coordinador del proyecto, Supervisor de encuestadores. 250 horas.	Mes de marzo a Junio.	\$ 500.000		
Camila Alejandra Bahamonde Muñoz	16.686.278-7	Sistematizadora de resultados, recolectora de datos, diseño y publicación de trípticos. 200 horas	Mes de marzo a Junio.	\$ 350.000		
Patricia Álvarez Barría	10.384.245-K	Encargadas de medios de comunicación local.	Mes de abril y Junio.	\$ 100.000		
TOTAL ÍTEM (\$)				950.000		





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	Marzo y abril	Colación encuestadores y supervisores.	\$200.000				
Movilización	Marzo y abril, mayo, junio.	Traslado de encuestadores y supervisores a las ciudades de Castro y Quellón, además de la movilización interurbana.	\$ 150.000				
Materiales de escritorio.	marzo	Papel, lápices, carpetas, tinta, papel Kraf, plumones, desatacadores, cuadernos, archivadores, calculadora, lista adjunta.	\$85.240				
Comunicaciones	mayo	Servicios de internet y telefonía celular. Internet prepago modem y telefonía celular.	\$79.900				
Constitución de garantías.		Firma letra notarial.	\$ 5.000				
TOTAL ÍTEM (\$)			520.140				





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.		- Impresión de 3.000 trípticos de distribución con información sobre el proyecto a ciudadanía. - confección de 200 bolsas ecológicas. Salas para conferencias de prensa entregando resultados de la encuesta.	\$1.068.000.-				100.000
TOTAL ÍTEM (\$)			1.739.350				





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 1	Marzo	Netbook ViewSonic y bolso de Netbook	\$254.890.-				
Equipamiento 2	Marzo	Impresora Epson T 24	\$25.990.-				
Equipamiento 3		Cámara Fotográfica Sony DSC-W210	\$149.900.-				
TOTAL ÍTEM (\$)			430.780.-				





5. Resumen de gastos del proyecto.

Tipo de gasto	Aportes solicitados al Fondo Concursable. (\$)	Aportados por la Asociación o por terceros.	
		Efectivo (\$)	Valorado (\$)
HONORARIOS	950.000		
OPERACIONALES	520.140		
DIFUSIÓN.	1.739.350		100.000
INVERSIÓN	430.780		100.000
TOTAL POR ÍTEM (\$)	3.640.270		
TOTAL PROYECTO (\$)	3.740.270		



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

La experiencia personal como encuestador se concretiza en encuestas nacionales Casen y luego en la panel Casen (el seguimiento de la anterior), recorriendo los más alejados puntos del archipiélago de Chiloé, siendo capacitado y habiendo trabajado en encuestas con formularios de papel y en encuestas con equipos electrónicos PDA, siempre destacado como uno de los mejores y por lo mismo elegido siempre para encuestar en los lugares más alejados y complicados; ayudando, además, en proyectos como “aguas turbias” de nuestra asociación de consumidores. Lo antes mencionado es la base para la construcción de las encuestas, para que estas sean bien dirigidas, la experiencia en una encuesta a nivel nacional y luego en el seguimiento de la misma ayuda a tener la claridad suficiente para poder crear la base de encuestas con preguntas simples, directas y representativas de nuestra realidad cultural inmediata, dándole una preocupación, también, igual de importante a que los encuestadores realicen bien su trabajo, fiscalizando en terreno y en revisiones posteriores las posibles incongruencias o contradicciones que puedan surgir.

Se tendrá especial cuidado en la elección de los encuestadores, siendo gente con cierta experiencia en el tema de encuestas o en temas de consumo o afines, para así poder tener una muestra más fidedigna.



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

Esta iniciativa será la base para adquirir experiencia en la materia que estamos exponiendo, pero desde hace ya un tiempo nuestra asociación esta publicando de forma intermitente los precios de los diferentes distribuidores de Gas en las comunas de Ancud y Castro usando la misma metodología que estamos presentando en este proyecto y lo que nos ha generado excelentes resultados. Los precios son difundidos en diferentes medios locales y los gastos que estos estudios conllevan son solventados con nuestros propios fondos, de esta manera le entregamos otra arma al consumidor para hacer valer su derecho a la información y libre elección del lugar donde adquiere los productos que necesita. Este proyecto nos entregara los conocimientos básicos para replicar esta iniciativa u otras de similares objetivos en el futuro.





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

Este proyecto nace a base de las numerosas consultas y sobre todo sugerencias que los consumidores han hecho llegar hasta nuestra Asociación acerca de las diferencias que ellos mismos han detectado en los precios de productos que con frecuencia estos adquieren y que nos han alertado respecto de esta situación.

En la ejecución del proyecto los consumidores son indispensables, pues sin ello no se podría establecer cuales son los productos mas consumidos por estos en las diferentes comunas consultadas por ende su participación es directa ya que son la base y eje central de datos de este proyecto.

En la Asociación no solo estamos para educar al consumidor y darle respuesta a sus consultas, sino también abiertos a las sugerencias y evaluación acerca de nuestro trabajo, para así ir mejorando nuestro servicio, el cuál en proyectos anteriores ha sido premiado con la positiva evaluación de éstos, quienes nos instan a seguir adelante. Es la evaluación directa de boca de los propios consumidores el instrumento para medir nuestro trabajo.





2. Replicabilidad de la iniciativa postulada.

Reseñar condiciones de la ejecución del proyecto o de sus resultados, referidas a reproducción o continuidad de la iniciativa.

PREGUNTAS GUÍA: ¿Es posible distinguir con claridad cómo se podría reproducir la experiencia? ¿Es posible continuar las acciones del proyecto en el futuro, por parte de la Asociación ejecutora o de otras Asociaciones? ¿Es posible dar continuidad a la iniciativa con recursos propios de la Asociación o con apoyo de otros actores sociales o institucionales?

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

Esta iniciativa es absolutamente replicable y sustentable en el tiempo dado la necesidad de la población a mantenerse informada respecto de los costos de su alimentación como de la calidad de estos, aportando así a la economía del hogar, en este caso, Chilote. Así como cada año en los meses de febrero y marzo el SERNAC cotiza los útiles escolares que en ese momento son masivamente comprados, los alimentos requieren estos estudios por lo menos dos a tres veces al año, pues junto con las estaciones la variedad de alimentos también cambia, es así como en invierno la fruta escasea, pero en verano abunda, lo mismo sucede con los precios lo que hace necesario un monitoreo permanente de estos. Como esta iniciativa nos compete a todos su continuidad no solo depende de los convenios con el SERNAC, sino que también de otros actores sociales como los mismos consumidores y otras instituciones que pueden asociarse en el futuro.





3. Aporte al movimiento consumerista.

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

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

Puntajes asociados.

No logrado	Escasamente logrado	Medianamente logrado	Logrado
0	1	3	6

Este proyecto nos fortalece profundamente como asociación ya que esta iniciativa no tiene precedentes en nuestra provincia lo que nos hará ganar experiencia única en el tema que podría ser compartida con otras asociaciones de consumidores en futuros proyectos como este lo que representa un aporte para estas.

En este proyecto buscamos ser el nexo entre proveedor y consumidor y entregar nuevas herramientas de control a los consumidores los que paralelamente pueden ir generando una claridad sobre la importancia y eficacia de la información.



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.

