

**PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ARGENTINA**

Número del Proyecto

PNUD ARG/08/026

Título del Proyecto

**Campaña argentina por la equidad de género y
contra la violencia**

Financiamiento del Presupuesto en U\$S

Año de inicio: 2008

Año de finalización: 2009

Fuentes de Fondos Principal: UNDP
TRAC

Modalidad de ejecución: NEX
PLENA

Agencia de Ejecución:
Subsecretaría de Equidad y
Calidad, Ministerio de Educación
de la Nación.

Moneda: U\$S Dólares de EE. UU.

	Revisión "C"	Revisión "B"	Variación
UNDP TRAC	100000	90000	10000
Total de Insumos	de 100000	90000	10000
Costo de Apoyo	de 0.00	0.00	0.00
Total General	100000	90000	10000

Breve Descripción:

Los objetivos de esta revisión son:

- Profundizar las líneas de trabajo planteadas por el proyecto original para potenciar tanto la formación de actores estratégicos en la prevención de la problemática de violencia de género, como así también la participación de la sociedad en la producción de contenidos y materiales que apunten a ese objetivo.
- Aumentar el presupuesto total del proyecto en USD 10.000 de fondos TRAC.
- Agregar gastos audiovisuales y de imprenta (material de difusión del Proyecto)
- Realizar ajustes en el presupuesto del proyecto.

EN NOMBRE DE	FIRMA	FECHA	NOMBRE Y TÍTULO
ORGANISMO DE EJECUCIÓN		29 DIC 2009	
GOBIERNO ARGENTINO			RODOLFO M. OJEA QUINTANA EMBAJADOR SECRETARIO DE COORDINACION Y COOPERACION INTERNACIONAL
PNUD		05 ENE. 2010	Lic. MARA BRAWER SUBSECRETARIA DE EQUIDAD Y CALIDAD MINISTERIO DE EDUCACION
			MARTIN SANTIAGO REPRESENTANTE RESIDENTE

Gobierno de Argentina



Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)



ARG/08/026

Campaña argentina por la equidad de género y contra la violencia

El objetivo de esta campaña es contribuir a la sensibilización de la población en su conjunto respecto de la violencia contra las mujeres. Se materializará en acciones difundidas en los medios masivos de comunicación, en portales Web y promoviendo la participación de diversas organizaciones de la comunidad en la construcción de su

Fecha: Diciembre 2009

Justificación de la revisión sustantiva

Los objetivos de esta revisión sustantiva son:

- Aumentar el presupuesto total del proyecto en USD 10.000 de fuente de fondos TRAC.
- Reflejar el cambio de Directora Nacional del Proyecto.
- Actualizar los arreglos de coordinación del proyecto.
- Incorporar nuevas actividades dentro de los productos existentes para el año 2009.
- Actualizar el plan de trabajo y el presupuesto del proyecto.

Hoja de datos básicos

Proyecto ARG/08/026

Fecha de inicio: 17/11/2008

Fecha de finalización: 31/12/2009

Ejecución: NEX

Modalidad: PLENA

Organismo Nacional de Ejecución: Subsecretaría de Equidad y Calidad del Ministerio de Educación de la Nación

Directora Nacional: Mara Brawer

Domicilio: Pizzurno 935

Teléfonos: (5411) 4129-1161

Fax: 4129-1364

E-mail oficial p/notificaciones: (FOMS) mbrawer@me.gov.ar

Coordinadora: María Sondereguer

Domicilio: 25 de Mayo 544, 6° piso.

Teléfonos: (5411) 5167-6500 / 15 5 005 1490

Fax: 5167-6500

E-mail oficial p/notificaciones: (FOMS) msonder@unq.edu.ar

Presupuesto Total: U\$S 100.000

Fuentes de Financiamiento: Fondos TRAC

.....
.....
Director Nacional del Proyecto

Fecha

Lic. MARA BRAWER
SUBSECRETARIA DE EQUIDAD Y CALIDAD
MINISTERIO DE EDUCACION

Campaña argentina por la equidad de género y contra la violencia

PARTE I: CONTEXTO (Sin Modificación)

A) JUSTIFICACIÓN DE LA REVISIÓN.

1) ANTECEDENTES (Sin modificación)

2) SITUACIÓN PREVISTA AL FINAL DE LA SEGUNDA ETAPA DEL PROYECTO (Sin modificación)

3) BENEFICIARIOS PREVISTOS (Sin modificación)

4) MARCO INSTITUCIONAL (Sin modificación)

B) ESTRATEGIAS.

1) ESTRATEGIA DEL PAIS.(Sin modificación)

2) ESTRATEGIA DEL PROYECTO

La articulación interinstitucional de esta Campaña enriquece la pluralidad de abordajes y aplicaciones de sus productos y actividades, así como también establece una modalidad de gestión política que fortalece nuestra democracia.

A partir de esta concepción, la segunda etapa del Proyecto tendrá como principal estrategia la profundización en el trabajo con los productos de la primera etapa y el desarrollo de nuevos recursos informativos y formativos (elaborados a partir de los productos y resultados de la primera etapa, en sintonía con la Ley N° 26.485), para generar capacidades en la prevención de la violencia contra las mujeres y la desigualdad de género en actores estratégicos, como así también en la ciudadanía en su conjunto.

PRODUCTOS DE LA SEGUNDA ETAPA DE LA CAMPAÑA.

Producto 1: Campaña masiva en radio y TV sobre violencia de género

Actividades realizadas en la primera etapa

- Desarrollo de contenidos e identidad de la campaña.
- Realización de acuerdos institucionales.
- Producción de spots radiales.
- Producción de spots televisivos.
- Organización del lanzamiento público de la campaña.
- Difusión de la campaña en los medios de comunicación.

Nuevas actividades

El objetivo principal de estas nuevas actividades es construir modelos de trabajo participativo con los materiales de la campaña, replicables en diversas instituciones y organizaciones sociales. Las actividades incluirán:

- **Realización integral de cuatro encuentros presenciales de capacitación** para agentes sociales de diversos ámbitos sobre prevención de la violencia contra las mujeres con el doble objetivo de generación de capacidades para sus participantes y de testeo de la metodología de trabajo para promover su replicabilidad. Para su realización se trabajará de forma articulada con las instituciones de la jurisdicción (provincial y municipal) encargadas de la atención (poder ejecutivo) y el acceso a la justicia (poder judicial) en casos de violencia, para garantizar que la demanda generada en este tipo de iniciativas de prevención, tenga una respuesta adecuada.
- **Diseño de cuatro talleres para el trabajo formativo** sobre la temática y publicación en la web de los mismos. Cada taller estará dirigido a un público determinado: docentes, agentes de los medios de comunicación, de la salud y organizaciones territoriales **de base o comunitarias**.
- **Relevamiento y sistematización de las experiencias de trabajo** con los materiales de la Campaña. Se refiere tanto a las realizadas en la primera etapa como a la segunda.
- **Producción de materiales de difusión de la Campaña**. Se producirán carpetas de la Campaña que incluyan materiales informativos elaborados sobre la misma, así como sus productos (Spots de TV y radio) y materiales que hayan producido las instituciones participantes al respecto de la Violencia de género. Estos productos serán entregados en el Acto de Cierre de la Campaña, y también se dispondrán para la difusión institucional de cada organismo participante.

Producto 2: Sitio Web activo con materiales sobre violencia contra las mujeres

Actividades realizadas en la primera etapa

- Definición de los contenidos y los links.
- Realización de los acuerdos institucionales.
- Diseño del sitio Web.
- Diseño de los CDS, con los contenidos del sitio web.
- Realización la distribución de los CDs (prevista para los meses de julio y agosto)

Nuevas actividades

- El objetivo principal de las actividades de esta segunda etapa en relación con la página es fortalecer la información y las herramientas para la formación en la temática como también analizar los datos de la participación (visitas y consultas) cuantitativa y cualitativamente.

Producto 3: Concurso de micros radiales, cortos audiovisuales y afiches

Actividades realizadas en la primera etapa

- Definición de las bases y condiciones del concurso.

- Conformación del jurado.

Actividades de la primera etapa extendidas/diferidas

- **Realización de la difusión y convocatoria del mismo** (extendido hasta septiembre inclusive). Al interior del sistema educativo la promoción para la participación en el concurso se está realizando a través de diversas redes.
- **Recepción de los trabajos** (iniciado y extendido hasta mediados de octubre).
- **Selección de los trabajos ganadores** (diferido a octubre).
- **Publicación de los resultados** (diferido a noviembre) y **emisión y publicación de los trabajos ganadores** (diferido a noviembre).

Nuevas actividades

El objetivo principal de estas nuevas actividades es valorizar el camino recorrido por el proyecto en el momento de su finalización, haciendo hincapié en la relevancia de la articulación institucional y de la participación ciudadana para trabajar por la equidad de género y contra la violencia. Las actividades incluirán:

- **Producción de un corto audiovisual documental** sobre la trayectoria recorrida por el proyecto, a ser presentado en la Jornada de Cierre de la Campaña y Acto de entrega de premios del Concurso en fecha cercana al 25 de noviembre. El objetivo fundamental es difundir la experiencia de realización de una campaña comunicacional y educativa sobre estos temas.
- **Realización integral de la Jornada y Acto. El plazo de entrega de trabajos para el Concurso** se extendió en el tiempo hasta mediados de octubre por dos razones. En principio la amplia difusión que tuvo la Campaña hizo que sea posible convocar a la participación mucho más masivamente y por otra parte el asueto sanitario que afectó al sistema educativo durante el mes de Julio impidió que se pueda empezar a trabajar con los materiales de la Campaña en las instituciones en ese período. Se entregarán como premios a Instituciones Educativas, notebooks, micrófonos inalámbricos, materiales del Programa de Educación Sexual Integral y del Plan de lectura, junto con Colecciones de DVDs del Canal Encuentro, Para los ganadores de la categoría Amateur, el premio será una notebook y para los ganadores de la categoría Profesional el premio será la difusión en medios masivos y comunitarios de los trabajos realizados. El objetivo principal de estos premios es continuar fomentando la producción de audiovisuales, audios, textos y materiales gráficos que permitan construir colectivamente nuevas realidades posibles, libres de violencia y que fomenten el cumplimiento de los Derechos Humanos.

Producto 4: Información sobre situación de la problemática de violencia contra las mujeres en Argentina producida, sistematizada y publicada.

Se desarrollarán dos modalidades de encuesta: una encuesta web con un mínimo de 1.000 casos y una encuesta presencial realizada en el Gran Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires con un mínimo de 200 casos. El objetivo de las mismas será producir información e insumos para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.

Tal como se realizó en la primera etapa de la campaña con los productos

generados, las encuestas serán desarrollados por la mesa de articulación institucional de la campaña junto con especialistas del Ministerio de Educación y adicionales contratados al efecto. Es decir que la mesa definirá la/s población/es meta de las encuestas, las temáticas o aspectos en los que focalizar, el tipo de preguntas cuantitativas y cualitativas, diseño de muestras representativas para el análisis, etc.

Una decisión que ya se puede definir en esta etapa es que una de las poblaciones meta serán jóvenes estudiantes de escuelas secundarias y profesorados de todo el país. Esto responde por una parte a los intereses y necesidades del Ministerio de Educación de la Nación y del Instituto Nacional de Formación Docente, y por otra a la propuesta de la Campaña Internacional que lleva adelante el Secretario General de las Naciones Unidas *Unidos para poner fin a la violencia contra las mujeres*, que promueve en todo el mundo el trabajo con jóvenes sobre estos temas.

La muestra será intencional, fundamentalmente para poder componer la representación de las diferentes regiones del país.

Los resultados de las encuestas serán utilizados por todas las organizaciones que participan de la Campaña para diversos fines, pero específicamente en el Ministerio de Educación, se utilizarán como guía en el diseño y elaboración de acciones en tres esferas:

1. La formación docente
2. El desarrollo profesional de los docentes en ejercicio
3. La elaboración de recursos educativos

Producto 5: Curso de formación sobre tipos y modalidades de violencia de género realizado.

Si bien las producciones de contenidos iniciales de esta campaña focalizaron en algunas de las expresiones de la desigualdad de género con el objetivo de instalar el tema y darle visibilidad, es necesario trabajar todas las dimensiones del problema para avanzar en su desnaturalización y en la educación integral de la ciudadanía al respecto.

Para ello se desarrollarán las siguientes actividades:

- **Compilación de recursos existentes y elaboración de contenidos específicos** para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general sobre la temática.
- **Realización integral de un curso de formación a distancia** para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación y publicación del mismo en la Web. La Dirección de Capacitación y Formación de la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación dará continuidad, a través de su área de Género, al dictado del curso a distancia, tutorías, actualizaciones, certificación, etc. a partir de la publicación de la propuesta formativa prevista para Noviembre 2009.

FECHAS CLAVE

- 15 de octubre: Cierre de la recepción de trabajos del Concurso.
- 10 de noviembre: Publicación de resultados del Concurso.
- Noviembre/Diciembre: Acto de cierre del Concurso Otra vida es posible, reconocimiento a los ganadores y las ganadoras del concurso y presentación de los nuevos productos elaborados. Envío de premios.

3) ESTRATEGIA DE SALIDA (Sin modificación)

4) PARTICIPACIÓN DEL PNUD (Sin modificación)

PARTE II – 1. MARCO DE RESULTADOS – Revisión sustantiva

MARCO DE RESULTADOS Y RECURSOS DEL PROYECTO

NUMERO DEL PROYECTO: ARG/08/026

TITULO: Campaña argentina por la equidad de género y contra la violencia

Objetivo Inmediato: El objetivo de esta revisión es profundizar las líneas de trabajo planteadas por el proyecto original y generar capacidades para la **prevención de la violencia contra las mujeres y de todas las expresiones de la desigualdad de género** en actores estratégicos para el tratamiento social de esta problemática: trabajadores/as de la educación, del arte y de los medios de comunicación, como así también de la ciudadanía en su conjunto.

PRODUCTOS ESPERADOS	METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS	ACTIVIDADES	INSUMOS
<p>Producto 1: Campaña masiva en radio y TV sobre violencia de género.</p>	<p>4 propuestas de talleres para la formación de los diversos destinatarios en el tema de las desigualdades de género desarrolladas y publicadas.</p> <p>4 actividades presenciales de capacitación y reflexión con presentación de los recursos producidos ante diversos actores sociales realizadas.</p> <p>Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña realizados y publicados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro fotográfico y audiovisual de los encuentros presenciales realizado y publicado. • Materiales de promoción y difusión de la Campaña 	<p>(Actividades 1.1 a 1.6 realizadas en la primera etapa)</p> <p>1.7 Realización integral de cuatro encuentros presenciales en el Gran Buenos Aires para trabajar con los materiales de la Campaña, destinados a docentes, agentes de los medios de comunicación, de la salud, organizaciones de derechos humanos, promotores/as comunitarios/as, ONGs, etc. para la prevención de la violencia contra las mujeres.</p> <p>1.8 Asistencia técnica y asesoramiento en atención a mujeres víctimas de violencia, detección del problema y protocolos de actuación. Diseño de talleres sobre este tema, implementación de los mismos en los encuentros presenciales, compilación de materiales y recursos específicos sobre esta problemática y convocatoria a las organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la problemática a participar de los encuentros.</p> <p>1.9 Desarrollo de propuestas de talleres para el trabajo de desnaturalización de la violencia en las áreas de prevención, especialmente para docentes, agentes de los medios de comunicación masiva y comunitaria, promotores comunitarios, etc. e implementación de los mismos en los encuentros presenciales.</p> <p>1.10 Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña en diversas instituciones educativas, de la salud y organizaciones de la sociedad civil a través de observaciones participantes y entrevistas en profundidad.</p> <p>1.11 Adquisición y producción de materiales, recursos y logística para los talleres presenciales.</p> <p>1.12 Registro fotográfico y audiovisual de las actividades.</p> <p>1.13 Adquisición y producción de carpetas que contengan los materiales de la Campaña y de las instituciones participantes, tanto para el Acto de Cierre de la misma como para la difusión institucional</p>	<p>Consultores Nacionales</p> <p>Subcontrato de Servicios - Carta</p> <p>Acuerdo con OSC</p> <p>Subcontrato de servicios empresas</p> <p>Gastos audiovisuales y de imprenta</p> <p>Misceláneos</p>

PRODUCTOS ESPERADOS	METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS	ACTIVIDADES	INSUMOS
<p>Producto 2: Sitio Web activo con materiales sobre violencia contra las mujeres. (Sin modificación)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2 mapas Web y enriquecidos actualizados: uno para los centros de atención telefónica y presencial a mujeres víctimas de violencia y otro para listar las instituciones que trabajan el tema. • 1 nuevo mapa Web para la ubicación geográfica (de los trabajos recibidos en el marco del concurso) producido. • 1 Informe de análisis y sistematización de la información derivada de la página Web (visitas, correos electrónicos y trabajos recibidos para el Concurso) con resultados cuantitativos y cualitativos realizado y publicado. • 1 red de amigos de la Campaña (particulares e institucionales) en relación con el Proyecto publicada e intercomunicada. • Página Web mantenida y actualizada. 	<p>(Actividades 2.1 a 2.5 realizadas en la primera etapa)</p> <p>2.6 Actualización y producción de más información para los dos mapas publicados en la página Web (centros de atención y centros que trabajan el tema).</p> <p>2.7 Realización integral del mapa de los trabajos presentados al concurso.</p> <p>2.8 Análisis cuantitativo y cualitativo de las visitas a la Web, de los correos electrónicos recibidos y de los trabajos presentados al concurso con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.</p> <p>2.9 Conformación de una red de amigos de la Campaña (personas e instituciones) para compartir información y recursos formativos y organización, selección y difusión de la información relacionada con la Campaña al interior de esa red.</p> <p>2.10 Mantenimiento y actualización de la Página Web del Proyecto.</p>	<p>Consultores Nacionales</p> <p>Subcontratos de Servicios de Empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcontrato de Servicios - Carta Acuerdo con OSC

PRODUCTOS ESPERADOS	METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS	ACTIVIDADES	INSUMOS
<p>Producto 3: Concurso de micros radiales, cortos audiovisuales y afiches.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 corto audiovisual documental sobre la definición, los tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres que define la Ley N° 26.485 y sobre la Campaña realizado. • 1 Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y de cierre de la Campaña realizado. 	<p>(Actividades 3.1 a 3.7 realizada, extendidas o diferidas de la primera etapa)</p> <p>3.8. Producción de un corto audiovisual documental para la Jornada de Cierre de la Campaña y entrega de premios del Concurso.</p> <p>3.9 Realización integral de una Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y presentación de los nuevos productos.</p>	<p>Gastos Audiovisuales Consultores Nacionales Contrato de Servicios Empresa Equipo de tecnología de la información</p>
<p>Producto 4: Información sobre situación de la problemática de violencia contra las mujeres en Argentina producida, sistematizada y publicada. (Sin modificación)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Encuesta Web nacional sobre el tema realizada y sus resultados publicados. Mínimo de 1.000 casos. • 1 Encuesta presencial realizada en Ciudad y Provincia de Buenos Aires y sus resultados publicados. Mínimo de 200 casos. 	<p>4.1 Diseño de encuestas. 4.2 Elaboración, realización, carga, análisis, sistematización y publicación de resultados cuantitativos y cualitativos de una encuesta nacional Web sobre el tema y de una encuesta presencial realizada en el Gran Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, realizadas con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.</p>	<p>Consultores nacionales Subcontrato de Servicios - Carta Acuerdo con OSC</p>

PRODUCTOS ESPERADOS	METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS	ACTIVIDADES	INSUMOS
<p>Producto 5: Curso de formación sobre tipos y modalidades de violencia de género realizado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía específica sobre estos temas compilada y publicada y textos y recursos sobre contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general específicamente producidos, supervisados y publicados. ▪ 1 Curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación elaborado y publicado en la Web. 	<p>5.1 Compilación de recursos existentes y elaboración de contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general sobre la temática.</p> <p>5.2 Realización integral de un curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación y publicación del mismo en la Web.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consultores nacionales

MATRIZ INSUMO PRODUCTO

Producto 1: Campaña masiva en radio y TV sobre violencia de género.

METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS

- 3 Spots de radio realizados.
- 3 spots de radio difundidos
- 3 Spots de televisión realizados.
- 3 Spots de televisión difundidos

• Al menos tres funcionarios/as polifíticos/as nacionales y dos expertos/as participan en el panel de presentación de la Campaña.
 4 propuestas de talleres para la formación de los diversos destinatarios en el tema de las desigualdades de género desarrolladas y publicadas.

4 actividades presenciales de capacitación y reflexión con presentación de los recursos producidos ante diversos actores sociales realizadas.

Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña realizados y publicados

- Materiales, recursos y logística para esos 4 encuentros presenciales adquiridos y producidos.
- Registro fotográfico y audiovisual de los encuentros presenciales realizado y publicado.

ACTIVIDADES		DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS	FUENTE DE FONDOS	CUENTA	PRESUPUESTO	
					MONTO	MONTO USD
1.3	Producir spots radiales.	Contrato de Servicios - Empresas.	TRAC	72100	2008 4.525	2009 384
1.4	Producir spots televisivos.	Contrato de Servicios - Empresas.	TRAC	72100	20.000	
1.5	Organizar lanzamiento público de la campaña.	Consultores Nacionales.	TRAC	71300		1.000
1.6	Difundir la campaña en los medios de comunicación.	Consultores Nacionales.	TRAC	71300		1.000
1.7.	Realización integral de cuatro encuentros presenciales en el Gran Buenos Aires para trabajar con los materiales de la Campaña, destinados a docentes, agentes de los medios de comunicación, de la salud, organizaciones de derechos humanos, promotores/as comunitarios/as, ONGs, etc. para la prevención de la violencia contra las mujeres.	Consultores nacionales	TRAC	71300		3.000
1.8	Asistencia técnica y asesoramiento en atención a mujeres víctimas de violencia.	Subcontrato - Carta acuerdo	TRAC	72.100	2.000	3.000

	diseño de talleres sobre este tema, implementación de los mismos en los encuentros presenciales, compilación de materiales y recursos específicos sobre esta problemática y convocatoria a las organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la problemática a participar de los encuentros.	con organizaciones de la sociedad civil.				
1.9	desarrollo de propuestas de talleres para el apoyo de desnaturalización de la violencia en las áreas de prevención, especialmente para docentes, agentes de los medios de comunicación masiva y comunitaria, promotores comunitarios, etc. e implementación de los mismos en los encuentros presenciales.	Consultores nacionales	TRAC	71.300		1.000
1.10	Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña en diversas instituciones educativas, de la salud y organizaciones de la sociedad civil a través de observaciones participativas y entrevistas en profundidad.	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.	TRAC	72.100		1.000
1.11	Materiales, recursos y logística para los talleres presenciales.	Gastos audiovisuales y de imprenta -	TRAC	74.200		1.000
1.12	Registro fotográfico y audiovisual de las actividades.	Subcontrato Empresa de Servicios	TRAC	72.100		1.000
1.13	Adquisición y producción de carpetas que contengan los materiales de la Campaña y de las instituciones participantes en la misma, tanto para el Acto de Cierre de la misma como para la difusión institucional	Gastos audiovisuales y de imprenta	TRAC	74200		2600
		Pérdidas	TRAC	76100	9	
		Misceláneos	TRAC	74500	82	1.500
TOTAL COMPONENTE 1 2008: 26.616 2009: 16484						

Producto 2: Sitio web activo con materiales sobre violencia contra las mujeres. (Sin modificación)

METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS

- Sitio Web diseñado. Contenidos para el sitio Web realizados.
- Sitio web en funcionamiento.
- Links establecidos hacia el sitio web.
- Contenidos del sitio web del Proyecto publicados en los sitios web de Educ.ar, ETER, SNP, Artemisa.
- 2000 escuelas secundarias con los contenidos del sitio web del Proyecto en su intranet.
- 2 mapas Web enriquecidos y actualizados: uno para los centros de atención telefónica y presencial a mujeres víctimas de violencia y otro para listar las instituciones que trabajan el tema.
- 1 nuevo mapa Web producido para la ubicación geográfica de los trabajos recibidos para participar del Concurso.
- 1 Informe de análisis y sistematización de la información derivada de la página Web (visitas, correos electrónicos y trabajos recibidos para el Concurso) con resultados cuantitativos y cualitativos realizados y publicados.
- 1 red de amigos de la Campaña (particulares e institucionales) publicada e intercomunicada en relación con el Proyecto.
- Página Web mantenida y actualizada.

		ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS	FUENTE DE FONDOS	PRESUPUESTO	
					CUENTA	MONTO USD
2.1		Definir los contenidos y los links.	Consultores nacionales	TRAC	71300	4.000
2.2		Realizar los acuerdos institucionales.	Consultores nacionales	TRAC	71300	1.000
2.3		Diseñar el sitio Web	Contrato de Servicios - Empresa	TRAC	72100	3.000
2.4		Diseñar los CD, con los contenidos del sitio web.	Contrato de Servicios - Empresa	TRAC	72100	1.000
2.5		Realizar la distribución de los CDs.	Consultores nacionales	TRAC	71300	1.000
2.6		Actualización y producción de más información para los dos mapas publicados en la página Web (centros de atención y centros que trabajan el tema).	Consultores nacionales	TRAC	71.300	1.000
2.7		Realización integral del mapa de los trabajos presentados al concurso.	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.	TRAC	72.100	1.000

2.8	<p>Análisis cuantitativo y cualitativo de las visitas a la Web, de los correos electrónicos recibidos y de los trabajos presentados al concurso con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.</p>	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.	TRAC	72.100	2.000
2.9	<p>Conformación de una red de amigos de la Campaña (personas e instituciones) para compartir información y recursos formativos y organización, selección y difusión de la información relacionada con la Campaña al interior de esa red.</p>	Consultores nacionales	TRAC	71.300	1.500
2.10	<p>Mantenimiento y actualización de la Página Web del Proyecto.</p>	Contrato de Servicios Empresa	TRAC	72.100	1.000
TOTAL COMPONENTE 2 AÑO 2009: 16.500.-					

Producto 3: Concurso de micros radiales, cortos audiovisuales y afiches

METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS

6 micros radiales (3 para categoría amateur y 3 para categoría profesionales) seleccionados y difundidos
 6 cortos audiovisuales (3 para categoría amateur y 3 para categoría profesionales) seleccionados y difundidos
 6 afiches (3 para categoría amateur y 3 para categoría profesionales) seleccionados y difundidos.
 Sitio web con los materiales documentales y multimedia producidos en el marco del concurso publicado.

- 1 corto audiovisual documental sobre la definición, los tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres que define la Ley N° 26.485 y sobre la Campaña realizado.
- 1 Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y de cierre de la Campaña realizados.

		ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS	FUENTE DE FONDOS	PRESUPUESTO	
					CUENTA	MONTO USD 2009
3.1		Definir las bases y condiciones del concurso.	Consultores nacionales	TRAC	71300	2.000
3.2		Realizar la difusión y convocatoria del mismo	Consultores nacionales	TRAC	71300	2.000
3.3		Recibir los trabajos.	Consultores nacionales	TRAC	71300	2.000
3.4		Conformar el jurado.	Consultores nacionales	TRAC	71300	1.000
3.5		Seleccionar los trabajos ganadores	Consultores nacionales	TRAC	71300	2.000
3.6		Publicar los resultados.	Consultores nacionales	TRAC	71300	1.000
3.7		Emitir y publicar los trabajos ganadores	Consultores nacionales	TRAC	71300	1.000
3.8		Producción de un corto audiovisual documental para la Jornada de Cierre de la Campaña y entrega de premios del Concurso.	Contrato de Servicios Empresa	TRAC	72.100	4.000
3.9		Realización integral de una Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y presentación de los nuevos productos.	Consultores nacionales.	TRAC	71.300	2.000
			Equipo de tecnología de la información	TRAC	72800	6300

TOTAL COMPONENTE 3: 23300 .-

Producto 4: Información sobre situación de la problemática de violencia contra las mujeres en Argentina producida, sistematizada y publicada. (Sin modificación)

METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS

- 1 Encuesta Web nacional sobre el tema realizada y sus resultados publicados.
- 1 Encuesta presencial realizada en Ciudad y Provincia de Buenos Aires y sus resultados

		DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS	FUENTE DE FONDOS	PRESUPUESTO	
				CUENTA	MONTO USD
ACTIVIDADES					
4.1	Diseño de encuestas	Consultores nacionales	TRAC	71.300	2.000
4.2	Elaboración, realización, análisis, sistematización y publicación de resultados cuantitativos y cualitativos de una encuesta nacional Web sobre el tema y de una encuesta presencial realizada en el Gran Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, realizadas con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.	TRAC	72.100	8000

TOTAL COMPONENTE 4 : 10.000.-

Producto 5: Curso de formación sobre tipos y modalidades de violencia de género realizado.

METAS ANUALES DE LOS PRODUCTOS

- Bibliografía específica sobre estos temas compilada y publicada y textos y recursos sobre contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general específicamente producidos, supervisados y publicados.
- 1 Curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación elaborado y publicado en la Web.

		ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN DE LOS INSUMOS	FUENTE DE FONDOS	PRESUPUESTO	
					CUENTA	MONTO
5.1		Compilación de recursos existentes y elaboración de contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general sobre la temática.	Consultores nacionales	TRAC	71.300	2.000
5.2		Realización integral de un curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación y publicación del mismo en la Web.	Consultores nacionales	TRAC	71.300	5100

TOTAL COMPONENTE 5: 7100.-

PARTE II – 3. MATRIZ DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Producto	Actividades críticas	Metas	Indicadores	M. de verific.	Periodicidad
<p>Producto 1: Campaña masiva en radio y TV sobre violencia de género.</p>	<p>(Actividades 1.1 a 1.6 realizadas en la primera etapa)</p> <p>1.7 Realización integral de cuatro encuentros presenciales en el Gran Buenos Aires para trabajar con los materiales de la Campaña, destinados a docentes, agentes de los medios de comunicación, de la salud, organizaciones de derechos humanos, promotores/as comunitarios/as, ONGs, etc. para la prevención de la violencia contra las mujeres.</p> <p>1.8 Asistencia técnica y asesoramiento en atención a mujeres víctimas de violencia, diseño de talleres sobre este tema, implementación de los mismos en los encuentros presenciales, compilación de materiales y recursos específicos sobre esta problemática y convocatoria a las organizaciones de la sociedad civil vinculadas a la problemática a participar de los encuentros.</p> <p>1.9 Desarrollo de propuestas de talleres para el trabajo de desnaturalización de la violencia en las áreas de prevención, especialmente para docentes, agentes de los medios de comunicación masiva y comunitaria, promotores comunitarios, etc. e implementación de los mismos en los encuentros presenciales.</p> <p>1.10 Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña en diversas instituciones educativas, de la salud y organizaciones de la sociedad civil a través de observaciones participantes y entrevistas en profundidad.</p> <p>1.11 Adquisición y producción de materiales, recursos y logística para los talleres presenciales.</p> <p>1.12 Registro fotográfico y audiovisual de las actividades.</p> <p>1.13 Adquisición y producción de carpetas que contengan los materiales de la Campaña y de</p>	<p>4 propuestas de talleres para la formación de los destinatarios en el tema de las desigualdades de género desarrolladas y publicadas.</p> <p>4 actividades presenciales de capacitación y reflexión con presentación de los recursos producidos ante diversos actores sociales realizadas.</p> <p>Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña realizados y publicados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales, recursos y logística para esos 4 encuentros presenciales adquiridos y producidos. • Registro fotográfico y audiovisual de los encuentros presenciales realizado y publicado. • Materiales de difusión y promoción de la Campaña 	<p>Documento con propuesta de talleres realizado.</p> <p>Documento con conclusiones de la jornada de capacitación y reflexión elaborado.</p> <p>Publicación realizada.</p> <p>Registro fotográfico y audiovisual realizado.</p> <p>Contratos con los consultores firmados.</p> <p>Materiales para la difusión producidos</p>	<p>Documento Contratos. Publicación de las propuestas de talleres. Registros de asistencia y participación en las actividades presenciales</p> <p>Carta acuerdo con la OSC firmada. Subcontratos con Empresas firmados. Gastos audiovisuales y de imprenta realizados.</p>	<p>Durante todos los meses de la segunda etapa del proyecto.</p>

Producto	Actividades críticas	Metas	Indicadores	M. de verific.	Periodicidad
	<p>las instituciones participantes en la misma, tanto para el Acto de Cierre de la misma como para la difusión institucional</p>				

Producto	Actividades críticas	Metas	Indicadores	Medio de verificación	Periodicidad
<p>Producto 2: Sitio Web activo con materiales sobre violencia contra las mujeres (Sin modificación n)</p>	<p>(Actividades 2.1 a 2.5 realizadas en la primera etapa) 2.6 Actualización y producción de más información para los dos mapas publicados en la página Web (centros de atención y centros que trabajan el tema). 2.7 Realización integral del mapa de los trabajos presentados al concurso. 2.8 Análisis cuantitativo y cualitativo de las visitas a la Web, de los correos electrónicos recibidos y de los trabajos presentados al concurso con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas. 2.9 Conformación de una red de amigos de la Campaña (personas e instituciones) para compartir información y recursos formativos y organización, selección y difusión de la información relacionada con la Campaña al interior de esa red. 2.10 Mantenimiento y actualización de la Página Web del Proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2 mapas Web y actualizados: uno para los centros de atención telefónica y presencial a mujeres víctimas de violencia y otro para listar las instituciones que trabajan el tema. • 1 nuevo mapa Web producido para la ubicación geográfica de los trabajos recibidos para participar del Concurso. • 1 Informe de análisis y sistematización de la información derivada de la página Web (visitas, correos electrónicos y trabajos recibidos para el Concurso) con resultados cuantitativos y cualitativos realizados y publicados. • 1 red de amigos de la Campaña (particulares e institucionales) publicada e intercomunicada en relación con el Proyecto. • Página Web mantenida y actualizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mapas web en funcionamiento. • Informes de las sistematizaciones de información publicados. • Presencia en las páginas Web de las instituciones participantes de la Red de Amigos del link a la Web del Proyecto. • Página Web actualizada y publicada. • Información sobre las visitas a la Página Web. 	<p>Contratos con los consultores firmados. Subcontratos con Empresas firmados Informes. Pagina Web. Documento con registro de visitas. • Correos electrónicos de la Red de Amigos.</p>	<p>Durante todos los meses de ejecución del proyecto.</p>

Producto	Actividades críticas	Metas	Indicadores	Medio de verificación	Periodicidad
<p>Producto 3: Concurso de micros radiales, cortos audiovisuales y afiches</p>	<p>(Actividades 3.1 a 3.7 realizadas, extendidas o diferidas de la primera etapa)</p> <p>3.8 Producción de un corto audiovisual documental para la Jornada de Cierre de la Campaña y entrega de premios del Concurso.</p> <p>3.9 Realización integral de una Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y presentación de los nuevos productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 corto documental sobre la definición, los tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres que define la Ley N° 26.485 y sobre la Campaña realizado. • 1 Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y de cierre de la Campaña realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corto audiovisual • Registro de participación, fotográfico, grabación y repercusión de los medios de comunicación sobre la Jornada 	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de presentaciones del corto audiovisual. • Contratos a consultores firmados • Subcontrato para realización audiovisual firmado. 	<p>Durante todos los meses de la segunda etapa del proyecto.</p>

Producto	Actividades críticas	Metas	Indicadores	Medio de verificación	Periodicidad
<p>Producto 4: Información sobre la situación de la problemática de violencia contra las mujeres en Argentina, producida, sistematizada y publicada. (Sin modificación)</p>	<p>4.1 Diseño de encuestas 4.2 Elaboración, realización, análisis, sistematización y publicación de resultados cuantitativos y cualitativos de una encuesta nacional Web sobre el tema y de una encuesta presencial realizada en el Gran Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, realizadas con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Encuesta Web nacional sobre el tema realizada y sus resultados publicados. • 1 Encuesta presencial realizada en Ciudad y Provincia de Buenos Aires y sus resultados publicados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta Web respondidas. • Encuestas presenciales respondidas. • Informes producidos y publicados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratos • Documentos de encuestas. • Documento con lineamientos para la producción de información redactados y acordados entre las instituciones participantes. • Contratos de consultores firmados • Subcontrato - Carta acuerdo con OSC firmado 	<p>Agosto a Noviembre 2009</p>

<p>Producto 5: Curso de formación sobre tipos y modalidades de violencia de género realizado. (Sin modificación)</p>	<p>5.1 Compilación de recursos existentes y elaboración de contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general sobre la temática.</p> <p>5.2 Realización integral de un curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación y publicación del mismo en la Web..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía específica sobre estos temas compilada y publicada y textos y recursos sobre contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general específicamente producidos, supervisados y publicados. • 1 Curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación elaborado y publicado en la Web. 	<p>Publicación de la bibliografía y de los contenidos elaborados. Curso a distancia publicado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones. • Contratos a consultores firmados. 	<p>Durante todos los meses de la segunda etapa del proyecto.</p>
---	---	--	--	---	--

1.9	Desarrollo de propuestas de talleres para el trabajo de desnaturalización de la violencia en las áreas de prevención, especialmente para docentes, agentes de los medios de comunicación masiva y comunitaria, promotores comunitarios, etc. e implementación de los mismos en los encuentros presenciales.	Consultores nacionales							
1.10	Relevamiento y sistematización de experiencias de trabajo con los materiales de la Campaña en diversas instituciones educativas, de la salud y organizaciones de la sociedad civil a través de observaciones participantes y entrevistas en profundidad.	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.							
1.11	Adquisición y producción de materiales, recursos y logística para los talleres presenciales.	Consultores nacionales							
1.12	Registro fotográfico y audiovisual de las actividades.	Subcontrato Serv. Emp.							
1.13	Adquisición y producción de carpetas que contengan los materiales de la Campaña y de las instituciones participantes en la misma, tanto para el Acto de Cierre de la misma como para la difusión institucional	Gastos audiovisuales y de imprenta -							

Producto 2: Sitio Web activo con materiales sobre violencia contra las mujeres. (Sin modificación)

Actividades		Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
	Responsable						
2.6	Actualización y producción de más información para los dos mapas publicados en la página Web (centros de atención y centros que trabajan el tema).						
2.7	Realización integral del mapa de los trabajos presentados al concurso.						
2.8	Análisis cuantitativo y cualitativo de las visitas a la Web, de los correos electrónicos recibidos y de los trabajos presentados al concurso con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.						
2.9	Conformación de una red de amigos de la Campaña (personas e instituciones) para compartir información y recursos formativos y organización, selección y difusión de la información relacionada con la Campaña al interior de esa red.						
2.10	Mantenimiento y actualización de la Página Web del Proyecto.						

Producto 3: Concurso de micros radiales, cortos audiovisuales y afiches

		Actividades						Responsible	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
3.8		Producción de un corto audiovisual documental para la Jornada de Cierre de la Campaña y entrega de premios del Concurso.					Contrato de Servicios Empresa							
3.9		Realización integral de una Jornada de trabajo con Acto de entrega de premios del Concurso y presentación de los nuevos productos					Consultores nacionales.							

Producto 4: Información sobre situación de la problemática de violencia contra las mujeres en Argentina producida, sistematizada y publicada.

Actividades		Responsable	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
4.1	Diseño de encuestas	Consultores nacionales						
4.2	Elaboración, realización, análisis, sistematización y publicación de resultados cuantitativos y cualitativos de una encuesta nacional Web sobre el tema y de una encuesta presencial realizada en el Gran Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, realizadas con el fin de disponer de información para el desarrollo de políticas públicas y de educación e investigación sobre estos temas.	Subcontrato - Carta acuerdo con organizaciones de la sociedad civil.						

Producto 5: Curso de formación sobre tipos y modalidades de violencia de género realizado.

Actividades		Responsable	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
5.1	Compilación de recursos existentes y elaboración de contenidos específicos para la formación de niños y niñas, adolescentes, jóvenes, docentes, agentes de los medios de comunicación, artistas, organizaciones y movimientos sociales y la ciudadanía en general sobre la temática.	Consultores nacionales						
5.2	Realización integral de un curso de formación a distancia para docentes y para agentes de los medios de comunicación con certificación y publicación del mismo	Consultores nacionales						

PARTE III: ACUERDOS INSTITUCIONALES

A) ARREGLOS DE EJECUCIÓN.

(Sin modificaciones)

B) ARREGLOS DE COORDINACIÓN.

Para la implementación y desarrollo de la propuesta de continuidad que propone esta revisión sustantiva y a partir del proceso de participación institucional que se gestara en la implementación de la primera etapa, se establecerá un equipo de articulación y conducción político-estratégica del Proyecto, integrado por la Subsecretaría de Equidad y Calidad del Ministerio de Educación de la Nación y la Directora Nacional de Formación en Derechos Humanos de la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación.

Asimismo, continuará trabajando la Comisión Técnica de gestión del Proyecto que se gestó en la primera etapa, integrada por especialistas de las instituciones participantes.

Por su parte, las instituciones que integran la conducción del Proyecto, establecerán acuerdos institucionales para la implementación técnica del mismo con organizaciones de la sociedad civil especializadas y de reconocida trayectoria en el tema con el fin de fortalecer la estrategia interinstitucional diseñada por la Campaña.

Esta articulación técnica del proyecto seguirá contando con la participación de la Cancillería y del PNUD, aportando también asistencia técnica la AECID, UNIFEM y UNFPA. Representantes de estos organismos, junto con los anteriormente citados se reunirán una vez al mes en una mesa de coordinación y supervisión de actividades y productos.

Por otra parte existen otras instituciones relevantes que sin ser parte integrante de la mesa de coordinación técnica permanente, desarrollan acciones en relación con la Campaña. Por ejemplo el Sistema Nacional de Medios Públicos, la Secretaría de Medios y el COMFER, el Ministerio de Salud de la Nación, el Ministerio de Desarrollo Social, el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, la Defensoría General de la Nación, la Corte Suprema de Justicia de la Nación, organismos de gobierno provinciales, universidades nacionales, centros culturales, medios de comunicación masiva y comunitaria, entre otros.

En síntesis:

Dirección política del Proyecto

Subsecretaría de Equidad y Calidad del Ministerio de Educación de la Nación
Directora Nacional de Capacitación y Formación de la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación.

Coordinación técnica del Proyecto

Subsecretaría de Equidad y Calidad del Ministerio de Educación de la Nación
Secretaría de Derechos Humanos de la Nación
Secretaría de Coordinación y Cooperación Internacional del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto

Fundación Alicia Moreau de Justo
Sistema Nacional de Medios Públicos
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD
Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID
Fondo de Población de las Naciones Unidas, UNFPA
Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, UNIFEM

Otras instituciones participantes

Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos de la Nación
Ministerio de Desarrollo Social
Ministerio de Salud de la Nación
Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación
Corte Suprema de Justicia
Medios de comunicación

Apoyo adicional

UNIFEM y UNFPA se sumarán a esta segunda etapa de la campaña, brindando apoyo adicional a la misma, según lo establecido en el documento del programa conjunto.

C) PREPARACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO.

(Sin modificaciones)

D) PRESENTACIÓN DE INFORMES Y EVALUACIÓN.

(Sin modificaciones)

E) RIESGOS.

Se estima que el proyecto podrá desenvolverse sin mayores riesgos, sin embargo pueden presentarse algunas situaciones adversas, especialmente teniendo en cuenta el interés del proyecto de lograr un alcance nacional. Estas situaciones pueden incluir:

- Demoras en el servicio de correo que puedan afectar la presentación en tiempo y forma de productos de zonas rurales o remotas al concurso.
- Desigual distribución de la respuesta a la encuesta Web debido a la desigualdad en el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación en algunas regiones.

F) OBLIGACIONES ANTERIORES Y REQUISITOS PREVIOS.

(Sin modificaciones)

G) SISTEMATIZACIÓN Y REPLICABILIDAD DE LAS EXPERIENCIAS.

La segunda etapa del proyecto contempla como uno de sus productos una sistematización de la información producida y de la experiencia completa del proyecto.

La replicabilidad de la experiencia será una meta fundamental de esta segunda

etapa. La intención es que las experiencias de uso de los recursos producidos y de intercambio horizontal de los mismos a través de la Web, puedan replicarse en los más diversos ámbitos de la cultura.

PARTE IV: CONTEXTO LEGAL.
(Sin modificaciones)

Parte V. PRESUPUESTO

El presupuesto total del presente Proyecto será de U\$D 100.000 (Fondos TRAC) de los cuales U\$D 23.000 fueron ejecutados en 2008, U\$D 27.000 en el primer semestre de 2009 y se prevé mediante la presente Revisión Sustantiva la ejecución de U\$D 50.000 para el segundo semestre de 2009.