

PROPUESTA TÉCNICA Y FINANCIERA
PARA EL
PROYECTO RATO BALTIN 2020

PRESENTADO A:

PRESENTADO POR:
Clara Garcia i Ortés
be artsy NGO

Email: clara@beartsy.org
beartsy.org

INTRODUCCIÓN	4
1.1 BREVE INTRODUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	4
1.2 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN	4
1.3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	5
ESPÍRITU DEL PROYECTO	6
OBJETIVO DEL PROYECTO	7
3.1. ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR EL OBJETIVO DEL PROYECTO	7
3.2. EJECUCIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO	8
3.3. RESULTADO ESPERADO	10
ENFOQUE A LARGO PLAZO	10
4.1. RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	12
4.2. GESTIÓN DE RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	13
RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES	13
CRONOGRAMA DEL PROYECTO	14
PRESUPUESTO DEL PROYECTO	14
7.1. RESUMEN COMPLETO DEL PROGRAMA PARA 4 EQUIPOS - 17 PUEBLOS	15
TRANSPARENCIA DE LAS DONACIONES	16
8.1. ¿DE DÓNDE CONSEGUIMOS LOS FONDOS?	16
8.2. POR QUÉ CREEMOS EN LA IMPORTANCIA DE NUESTRO TRABAJO	17
8.3. POSIBLE COMPAÑÍA DE TEATRO SOCIAL CON UNA OBRA ANTI-CHHAUPADI	18
8.4. PROYECTO EDUFEM	18
SEGUIMIENTO DEL PROYECTO Y EVALUACIÓN	18

INTRODUCCIÓN

1.1 BREVE INTRODUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

be artsy (sé artístico) es una pequeña organización catalana sin ánimo de lucro, que desarrolla e implementa proyectos creativos, con el objetivo de proveer diferentes experiencias y oportunidades de formación a comunidades que, de otro modo, no podrían tener acceso a ello. Nuestro objetivo no es solo enseñar arte por el arte en sí, sino también suplir a las comunidades las herramientas (a través de actividades artísticas y creativas) para mejorar la comunicación y realizar los cambios internos que las mismas puedan considerar necesarios.

En resumen, deseamos empoderar a las comunidades locales a través del arte, con especial énfasis en las mujeres. De ahí nuestra insistencia actual en el tema de la menstruación, la salud, los derechos humanos y la dignidad a través del proyecto Rato Baltin en Nepal. Hemos estado trabajando en la zona desde principios del año 2017.

1.2 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN

Nepal es un país situado entre la India y el Tíbet, en el continente asiático, el cual tenía una población contada de 29.3 millones en el 2017. De acuerdo con las fuentes del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas, el Índice de Desarrollo Humano (IDH) del país en 2017 era de 0.574 puntos, número 149 en el ranking. La esperanza de vida en Nepal es de 70.6 años, con un ratio de mortalidad del 6.24% y una renta per cápita de 807 euros. Además de esto, el acceso a buenos servicios sanitarios, la recogida de basuras, y la existencia de fuentes de agua limpia, están sumamente limitados.

En Nepal Occidental, las mujeres y las jóvenes tienen un acceso limitado, o ninguno en absoluto, a instalaciones sanitarias, recogida de basuras, o fuentes de agua limpia de fácil acceso, ni reciben educación acerca de sus cuerpos y ciclo menstrual. Las mujeres y las jóvenes tienen también una economía limitada, lo que significa que, incluso si herramientas de gestión de salud menstrual fuesen conocidas y estuviesen a su alcance, sería difícil que se las pudieran permitir. Estos factores resultan a menudo en las jóvenes faltando al colegio, sintiéndose humilladas y sucias, y quedando expuestas a un mayor riesgo de explotación sexual.

Como agravante de estos factores se encuentra la prevalencia de la práctica cultural del **Chhaupadi**. Esta práctica dicta que, durante la menstruación, las jóvenes y las mujeres son consideradas impuras y se las priva de poder proveer a sus necesidades más básicas. La práctica prohíbe lo siguiente:

- Entrar en el hogar familiar, estando obligadas en cambio a permanecer en establos o en chozas improvisadas.
- Tocar a un hombre
- Tocar comida que otros vayan a consumir

- Tomar leche, yogur, carne, verduras, y otros alimentos nutritivos
- Cruzar una vía de agua
- A algunas no se las permite ir al colegio

Aquellas sometidas a esta práctica sufren riesgo de violación, mordeduras de serpiente, inhalación de humo, ataques de animales, y el trauma psicológico de considerarse “sucias”.

La exclusión de las jóvenes del colegio durante su periodo es dañino para su educación, y la falta de educación sobre las funciones biológicas, la pubertad y la menstruación, así como las herramientas para ocuparse de ello de una manera higiénica, contribuyen a esta exclusión continuada. Por añadidura, una salud menstrual e higiene escasas no solo están relacionadas con bajos resultados escolares, sino también con pobres niveles de empleo, salud y desarrollo general.

El Gobierno de Nepal declaró ilegal la práctica del Chhaupadi en el 2005, sin embargo, este Adelanto en la legislación para restringir la práctica no resultó en un impacto significativo en su prevalencia. Ampliando su política inicial del trato del Chhaupadi, el Gobierno estableció una ley en agosto del 2018, la cual castiga a aquellos que obligan a las mujeres a cumplir con el exilio del Chhaupadi cuando tienen la regla. El castigo es, bien en forma de una multa de 3.000 rupias nepalíes, o tres meses de prisión. Nosotras creemos, sin embargo, que en tanto que la ley ha avanzado, sigue teniendo un impacto mínimo en la prevalencia del Chhaupadi, ya que la práctica está profundamente arraigada en las normas sociales y las prácticas culturales. A fin de tratar de forma efectiva la práctica del Chhaupadi, es necesario realizar intervenciones a nivel local, refiriéndose a su base sociocultural y las razones por las que continúa vigente. Nosotras pretendemos hacerlo a través de la educación y de un compromiso comunal significativo.

Dicho esto, el establecimiento de nuevas leyes para prohibir la práctica del Chhaupadi representa un paso importante en la dirección correcta a un nivel político, y significa un cambio de opinión social en desarrollo. Estos cambios normativos resultan en un contexto político que no solo es propicio a intervenciones sociales como la que nosotras proponemos, sino también uno que requiere de intervenciones sociales a fin de poder implementar las medidas a las que el mismo Gobierno se ha comprometido. De hecho, en los últimos veinte años el estado ha firmado y ratificado la Plataforma de Beijing por la Acción, así como la Convención por la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW). El alfabetismo de las mujeres en Nepal ha crecido del 25% en 1991 al 57% en 2011; la mortalidad durante el parto de mujeres o bebés disminuyó de 539 muertes de mujeres por cada 100.000 niños nacidos vivos a 170 durante el mismo periodo; y la esperanza de vida de las mujeres se ha incrementado de los 55 años y medio a los 70. Estas estadísticas son la evidencia de una voluntad política de mejorar la igualdad de género y la calidad de vida de las mujeres. Nosotras creemos que esto, combinado con programas tales como el Proyecto Rato Baltin, que trata la educación a nivel local, suponen un potencial importante para un futuro cambio en zonas remotas donde la desigualdad aún prevalece.

1.3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Durante los últimos años, *be artsy* se ha unido con diversas ONGs como asociados y ha estado ejecutando su Proyecto Rato Baltin (Cubo Rojo) por estadios en comunidades remotas de Nepal Occidental, donde la práctica del Chhaupadi aún continúa activa.

El Proyecto mismo toma su nombre de su enfoque para tratar la higiene y educación menstrual en comunidades remotas de Nepal Occidental. En tanto que el color rojo tiene un significado cultural y religioso, también se le relaciona con la menstruación. “Cubo” se refiere al kit menstrual que las chicas reciben como parte del programa, contenido en un cubo de metal.

Hemos aprendido que, a fin de resultar efectivos, es vital que los proyectos ejecutados en esta zona se refieran a las razones socioculturales por las que la práctica sigue persistiendo en algunas comunidades, al mismo tiempo que proporcionando educación menstrual y sexual y utensilios para la higiene.

De nuestra experiencia trabajando en **Sudurpashchim Pradesh** (Nepalí: सुदूरपश्चिम प्रदेश) (Provincia *Far-West*) y más concretamente en el distrito de Achham entre el 2017 y el 2019, nos dimos cuenta de que hay un alto nivel de necesidad del proyecto en más municipalidades de esta zona. De ese modo, en el 2019 seguimos enfocando el proyecto en el distrito de Achham y estuvimos activos en 4 municipalidades. Por cada municipalidad, fuimos a un mínimo de 3 nuevos pueblos, basándonos en la demografía de población, la localización de los colegios, y la prevalencia del Chhaupadi. Fuimos a Patalkot, Khalsen, Sirkot, Mangalsen 4, Banatoli, Birku, Jupu, Dhamali, Toshi, Raniban, Hichma, Dhakari y Dungachalna.

Hemos logrado un gran nivel de éxito en Achham y, en tanto que creemos que esto es un buen comienzo, es urgente para el proyecto “hacer ruido” en tantas municipalidades como sea posible. Es a través de que el proyecto se encuentre presente en estas municipalidades que la menstruación y el Chhaupadi se debatan dentro de un contexto de cambio, y desde ahí podemos recopilar información acerca de las creencias de la gente. Confiamos en que nuestro proyecto puede evitar la muerte de chicas en el futuro.

Entre 2017 y 2019, el Proyecto Rato Baltin a proporcionado educación y formación sobre gestión de la salud, higiene, y temas sexuales y reproductivos, a más de **13,700 beneficiarias directas** de zonas remotas de Nepal Occidental. Más de 2.075 mujeres voluntarias recibieron copas menstruales donadas por **Ruby Cup**, una empresa del Reino Unido. El Proyecto Rato Baltin 2020 continuará con el trabajo realizado en el 2019, entregando copas menstruales donadas tanto a las chicas que van a la escuela como a aquellas que no van al colegio. Además de esto, el proyecto seguirá con los talleres y la formación de las chicas, chicos y mujeres en las comunidades. Ampliará el diseño de los años anteriores creando un taller grupal de hombres, enfocado en la educación sexual, la menstruación, el respeto y los derechos humanos.

Durante los últimos 3 años hemos sido capaces de continuar con el Proyecto Rato Baltin con fondos privados y entidades extranjeras; sin embargo, dado que Nepal no es un país prioritario para la cooperación catalana, no podemos aplicar a convocatorias donde el importe financiero es mayor, lo que nos ayudaría a llegar a un mayor número de municipalidades.

Por esta razón, hemos decidido, para el 2020, enfocar en cambio nuestros esfuerzos en reforzar nuestro impacto en zonas donde ya hemos trabajado – establecer el proyecto en estas zonas de manera más firme, y conseguir una mejor comprensión y aceptación del proyecto por parte de toda la comunidad -. Presentaremos aún el proyecto en varias nuevas escuelas, pero estas se encontrarán cerca de los pueblos donde ya hayamos trabajado.

Otro de nuestros objetivos es concienciar a la población catalana acerca de los problemas asociados al Chhaupadi, evitando argumentos etnocéntricos y paternalistas, de modo que podamos comunicar la necesidad de desarrollar herramientas para una colaboración mutua. Deseamos hacer notar que, en tanto nuestras culturas son extremadamente distintas, temas como la sexualidad y la menstruación siguen siendo tabús en todas partes del mundo.

Por ello es que seguimos con charlas y exhibiciones en diferentes municipios catalanes, como hemos estado haciendo hasta ahora. También hemos participado en diversos medios de comunicación, y nuestro trabajo ha empezado a ser reconocido en bastantes lugares del mundo. Sin embargo, a pesar de ello, aún necesitamos incrementar el número de colaboradores.

ESPÍRITU DEL PROYECTO

El proyecto está diseñado para mitigar los efectos negativos del Chhaupadi, educar comunidades acerca de las funciones biológicas de sus cuerpos y cómo cuidar de ellos, y estimular la reflexión y la conversación en la comunidad sobre el Chhaupadi. No está creado para ser una solución rápida, de arriba abajo, manejada desde fuera. Esto no resultaría efectivo, ya que el Chhaupadi sigue siendo practicado basándose en creencias profundamente arraigadas.

Distribuimos copas menstruales porque son una solución económica, sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Están fabricadas con silicona de grado médico, la cual no tiene impactos negativos en el cuerpo, y las copas se limpian fácilmente entre usos. Emplear las copas menstruales disminuye la cantidad de desechos, ya que una copa puede ser reutilizada durante diez años.

La fotografía participativa permite a las chicas presentar sus propios pensamientos e impresiones acerca de sus experiencias. Las participantes no se ven constreñidas por sus habilidades para comunicarse a través de medios convencionales como la palabra escrita o hablada. Las chicas pueden sentirse tímidas o socialmente inhibidas para hablar de sus experiencias, y, dependiendo de su nivel de alfabetismo, pueden no ser capaces de

comunicar totalmente sus experiencias. La fotografía participativa ayuda a estimular un diálogo crítico sobre sus preocupaciones, permitiendo a las participantes visualizar y reflexionar sobre sus experiencias dentro de sus propias comunidades.

Como *be artsy* y el proyecto Rato Baltin son relativamente nuevos, existe una capacidad limitada para una ejecución a larga escala. Se requiere la supervisión y evaluación del proyecto del 2020 para permitir a la organización adaptarse y cambiar según avanza el proyecto, basados en las lecciones que aprendemos a lo largo del camino. De forma similar, el proyecto del 2020 ha sido diseñado según lo que hemos aprendido hasta ahora con los proyectos Rato Baltin del 2017, 2018 y 2019. Esta dinámica y el enfoque flexible en la ejecución del proyecto, apoyados por una supervisión y adaptación continuada y efectiva, asegurarán que el proyecto deje una huella positiva en las comunidades.

El proyecto dispondrá de un enfoque escalonado en cuatro métodos:

1. Se impartirán talleres de educación sexual para adolescentes de ambos sexos en las escuelas locales.
2. Se proporcionarán talleres de educación sobre salud y menstruación en comunidades seleccionadas a todas aquellas mujeres que deseen acudir.
3. Se dará copas menstruales y formación a las chicas voluntarias de las comunidades elegidas.
4. Se utilizarán talleres de fotografía participativa para mostrar cómo se sienten las chicas acerca de su menstruación y la tradición del Chhaupadi, y lo que les gustaría cambiar de esa experiencia.

OBJETIVO DEL PROYECTO

El proyecto tiene como objetivo tratar la carencia de educación sexual y de salud menstrual y dignidad en las comunidades de Nepal Occidental, donde la práctica del Chhaupadi todavía existe. Esta misión se puede dividir en los siguientes objetivos, los cuales han conformado el diseño del proyecto Rato Baltin:

- Tratar la base socio-cultural y las implicaciones del Chhaupadi a través de la consulta comunal.
- Educar mujeres, chicas, chicos, y comunidades, en el sexo, la biología y las prácticas de salud menstrual.
- Reducir el absentismo escolar entre las chicas de las comunidades seleccionadas de Nepal Occidental.
- Proporcionar a chicas y mujeres herramientas para facilitar una dignidad menstrual.
- Conseguir la sostenibilidad a largo plazo del programa, trabajando con ONGs locales.

Si las comunidades perciben que gente extranjera, no nepalíes, pretenden erradicar la práctica juzgándolo desde un punto de vista cultural, esto inhibiría cualquier esfuerzo sobre higiene menstrual, salud, y educación sexual. El proyecto acabaría suponiendo un impacto negativo en comunidades y participantes.

Por eso consideramos que los recursos humanos son de gran valor para el éxito del proyecto. Es especialmente importante involucrar a personas de Achham y trabajar dentro de comunidades específicas, y supervisar el impacto continuado del proyecto y el bienestar de las participantes.

En ese sentido, es importante enfatizar que la **colaboración local** de *be artsy para este 2020* está formada por mujeres tan comprometidas con el proyecto que ellas mismas han establecido una **empresa social**. Específicamente, son tres mujeres nepalíes que trabajaron con nosotras el año pasado, y entre ellas reúnen másters en Cooperación Internacional, Estudios de Género, y una cualificación en Administración de Empresas, en tanto que una de las chicas también mantiene su propia empresa de copas menstruales. Han sido formadas para trabajar en proyectos como el Rato Baltin, y se las ha aconsejado acerca de cómo solicitar financiación a organizaciones de cooperación de diferentes lugares del mundo, así como a entidades privadas, y cómo generar sus propios fondos.

Además de estas chicas nepalíes, nuestro equipo ha consistido siempre en chicas locales de Achham, que son quienes se ocupan de los talleres in situ, y las que se convertirán en futuras directoras de proyecto.

3.1. ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR EL OBJETIVO DEL PROYECTO

A través de asociaciones y la creación e implementación de talleres de formación, *be artsy* buscará la consecución de sus objetivos mediante:

- La asociación con un proveedor de copas menstruales con conciencia social que done copas menstruales al proyecto.
- La asociación con ROKPA International
- La asociación con una empresa social nepalí formada por mujeres comprometidas con el proyecto: *Be Artsy Nepal*.
- Proveyendo a las chicas – tanto a las que vayan a la escuela como a las que no – con copas menstruales, kits de higiene, y una formación adecuada sobre su uso y mantenimiento.
- Contratando y formando a formadoras y mentoras locales, para que, mensualmente, trabajen en los talleres, y mantengan un seguimiento constante y actúen como movilizadoras sociales.
- Llevando a cabo talleres de formación en educación sexual e higiene menstrual para chicas, mujeres, y chicos, con especial énfasis en el respeto, la dignidad y el autoconocimiento.
- Utilizando fotografía participativa para involucrar a las chicas y las comunidades en el tema de la menstruación y lo que puede mejorarse durante ese periodo de tiempo.

3.2. EJECUCIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO

Ruby Cup, una empresa, con conciencia social, que se dedica a las copas menstruales, donó, en 2019, 3.000 Ruby Cups a *be artsy*, para su distribución entre las chicas de comunidades remotas de Nepal Occidental.

No utilizamos todas las copas porque hicimos solamente 4 de la 6 municipalidades que habíamos planeado, y decidimos repartirlas despacio para asegurar una mejor aceptación. Tenemos en estos momentos **1.533 Copas Menstruales** todavía, y trabajaremos con esa cantidad a lo largo del 2020.

El precio actual de mercado de dichas copas es de 41.391€.

Trabajaremos en 3 municipalidades: **Mangalsen, Dhakari and Turmakhand.**

En Mangalsen, trabajaremos en los 7 pueblos anteriores + una escuela más.

En Dhakari, trabajaremos en los 3 pueblos del año pasado + uno más.

En Turmakhand, trabajaremos en los 3 pueblos del año pasado + uno más.

Eso significa que necesitaremos 4 equipos, como el año pasado, + 2 equipos de dirección = 6 equipos trabajando in situ.

Equipo de Dirección 1 :

1 Coordinador

1 Jefe de Equipo

Equipo de Dirección 2:

1 Coordinador

1 Jefe de Equipo

1 Asistente del Jefe de Equipo

Ambos equipos gestores tienen la obligación de mantener una reunión telefónica al final de cada día y explicarse mutuamente los problemas que hayan surgido. También deben mantener un documento online donde los escribirán, para que pueda haber un registro de las incidencias y soluciones de cada pueblo.

Equipo de Ejecución 1:

4 Chicas patrocinadas el año pasado por el proyecto Eudfem + voluntaria extranjera + 1 colaborador masculino

4 pueblos anteriores + una nueva escuela

Basti, Kunti Bandali, Janalibandali + Mangalsen 4 y 5.

Equipo de Ejecución 2:

1 Formadora, 4 mentoras locales + 1 voluntario extranjero + 1 colaborador masculino

4 pueblos anteriores

Jupu, Banatoli, Kalagaun, Oligaun

Equipo de Ejecución 3:

1 Formadora + 6 nuevas mentoras locales + 1 extranjera + 1 colaborador masculino

3 Pueblos anteriores + 1 nuevo
Dhamali, Toshi, Raniban + Turmakhand

Equipo de Ejecución 4:

Formadora + 6 mentores locales + 1 extranjera + 1 colaborador masculino

3 Pueblos anteriores + 1 nuevo

Hichma, Dhakari, Dungachalna + Lamchu

Ya tenemos en cada localidad un mínimo de una formadora local, con entre 3 y 6 nuevas mentoras (usuarias veteranas de la copa menstrual de décimo grado de años anteriores) con ganas de trabajar en el proyecto y ser movilizadoras sociales, a fin de apoyar a las chicas que desean parar con la tradición del Chhaupadi.

Hay en Achham 2 coordinadoras nativas de allí que terminarán el duodécimo grado este año y 4 antiguas mentoras, a las que hemos estado patrocinando en su escolarización y vida diaria, con el proyecto Edufem, a estudiar el decimoprimer grado en Mangalsen y darles así la oportunidad de un futuro mejor y evitar un matrimonio temprano.

En cada pueblo educaremos a chicos y chicas, desde sexto hasta el décimo grado, sobre educación sexual, cursos sobre la pubertad, y salud menstrual; solo para chicas haremos educación en gestión de salud menstrual, educación sexual femenina y, en los pueblos nuevos, también los talleres de fotografía participative para ayudarlas a hablar sobre lo que no les gusta de su menstruación, con voluntarias, tanto chicas jóvenes como mujeres, que lleven a cabo una formación específica y den copas menstruales y kits de higiene. Y este año añadiremos una nueva formación solo para chicos: educación sexual y respeto e igualdad.

La ejecución se estructurará como sigue:

1. Determinar las 3 escuelas y pueblos objetivo adicionales en Accham junto con los líderes políticos, para acudir a los lugares donde haya más prevalencia del Chhaupadi.
2. Reservar los sitios donde cada equipo dormirá y comerá, en cada pueblo.
3. Emplear a personal local con salarios justos y correctos.
4. Entrenar a formadoras locales, antiguas, y nuevas mentoras, con nuevos materiales.
5. Preparar los materiales para la formación y los kits menstruales.
6. En todos los pueblos, formar y educar tanto a chicos como a chicas en asuntos sexuales e higiene menstrual, así como a grupos de solo mujeres, y de hombres, de modo que puedan hablar sin miedo a sentir vergüenza o a los tabúes.
7. Cada equipo lleva su propio material, y viaja a sus respectivos pueblos.
8. Formación en la copa menstrual a chicas y mujeres jóvenes.
9. En los pueblos nuevos, a través de la fotografía participative, invitar a 40/50 chicas de cada pueblo a ofrecerse voluntarias para identificar y tomar fotos de lo podría mejorarse en sus vidas cuando tienen el periodo.
10. En los pueblos nuevos, hacer un taller de un día sobre la menstruación y la gestión de la salud con todas las mujeres que quieran asistir, para poder sensibilizarlas respecto al Chhaupadi.

11. Se servirá un refrigerio durante el taller de mujeres.
12. Entregar un kit de higiene menstrual y dar formación a las chicas jóvenes escolarizadas que formen parte del grupo de mujeres.
13. Proporcionar un kit de higiene menstrual y formación a las chicas jóvenes no escolarizadas del grupo de mujeres.
14. Realizar un taller informativo a grupos importantes de hombres (Chamanes, Pujaris, Sacerdotes) para aclarar el tema de la tecnología de las copas menstruales.
15. Mostrar fotografías en el centro de la ciudad o en un punto de reunión central para involucrar a la comunidad en la perspectiva de las chicas, y considerar qué medidas se podrían tomar para mejorar sus vidas.
16. Repartir material de formación traducido al nepalí, para que las profesoras puedan seguir con las lecciones más adelante.
17. Dejar la lista de espera a la mentora local de los nombres registrados de voluntarias para la siguiente formación sobre la copa.
18. Los Directores de Proyecto efectuarán llamadas mensuales de seguimiento a las mentoras locales, a las formadoras, y a las personas locales que se ocupen de salud o educación que hayan estado involucradas en el proyecto como voluntarias.
19. Dos mentoras de cada pueblo mantendrán reuniones mensuales con las chicas para hablar sobre la copa y acerca de parar la tradición del Chhaupadi (movilización social). Las dos mentoras ayudarán asimismo a la formadora cuando vaya al pueblo.
20. Las formadoras realizarán un seguimiento mensual en cada pueblo, para ver cómo va y para hablar sobre parar la tradición del Chhaupadi. Trimestralmente, rellenarán un formulario para comprobar como progresa la implantación de la copa.
21. Si tenemos un grupo grande en las listas de espera, durante este seguimiento trimestral cara a cara, las formadoras y las mentoras realizarán una nueva formación sobre la copa menstrual.
22. Durante el seguimiento de otoño/invierno del proyecto, en los pueblos nuevos, se presentará la película "MIRA" a las comunidades, gracias a la ONG nepalí Círculo Fotográfico.
23. Durante el seguimiento de otoño/invierno del proyecto, se servirán refrigerios.
24. Si encontramos financiación para efectuar un seguimiento extra en los pueblos anteriores, intentaremos montar un Teatro Social con las mentoras, para hacer una obra teatral contra el Chhaupadi. Si encontramos el dinero para hacerlo, nos uniríamos con una compañía de teatro social KTM para hacer la formación de nuestras mentoras en Mangalsen.

El personal o voluntarias de la "ONG *be artsy*" no utilizarán el término 'chhaupadi' si antes no ha sido mencionado por las participantes. Queremos que vean que la menstruación es algo diferente a la tradición, pero sin utilizar esa palabra, y respetando su cultura.

3.3. RESULTADO ESPERADO

Esperamos que el Proyecto Rato Baltin 2020 ayude en principio a mitigar el impacto del Chhaupadi en las vidas de las chicas en las comunidades remotas de Nepal Occidental. Los efectos esperados del proyecto son:

- Un mayor conocimiento de educación sexual en las mujeres, hombres, chicas y chicos.
- Un mayor conocimiento sobre higiene menstrual y procesos biológicos en las mujeres, hombres, chicas y chicos.
- Ampliar la capacidad de utilizar herramientas de salud menstrual y procesos higiénicos.
- Más conversación en las comunidades acerca de la práctica del Chhaupadi y su impacto en las chicas.
- Reducir la prevalencia del Chhaupadi.
- Incrementar la confianza entre las chicas que reciban la copa menstrual.
- Un absentismo escolar más reducido entre las chicas que reciban la copa menstrual y estén escolarizadas.
- Porque las formadoras y mentoras van a trabajar cada mes, queremos acudir más veces que durante los últimos 3 años juntos: 13.700 beneficiarias directas.

ENFOQUE DE MARCO LÓGICO

OBJETIVOS (Lo que queremos conseguir)	INDICADORES (Cómo medir el cambio)	MÉTODO DE VERIFICACIÓN (Dónde / cómo conseguir la información)	PREMISAS (De qué más tenemos que ser conscientes)
Objetivo Reducir la discriminación contra las mujeres en Nepal Occidental durante su periodo.	2 años después de nuestro primer curso de formación en cada pueblo, el 40% de las chicas que utilizan nuestras copas menstruales han parado el Chhaupadi y sus perjudiciales tradiciones.	-Encuestas. -Conversaciones de seguimiento con las beneficiarias.	
Consecuencia El número de chicas y mujeres que participante en sus vidas diarias durante su ciclo menstrual.	-El número de chicas y mujeres jóvenes que notan alguna discriminación se redujo. -Descenso del absentismo escolar.	-Encuestas. -Conversaciones de seguimiento con las beneficiarias. -Informes de las profesoras.	Las chicas y las mujeres se atreven a hablar sobre sus experiencias y cambios.
Resultado* 1 – La gente local es educada sobre los efectos y peligros del Chhaupaid y se habla de ello.	Incremento en el número de personas locales que participaron en actividades de concienciación.	-Informes de las formadoras.	La población local está abierta al diálogo y participa en talleres educativos.
Resultado* 2 – Las estudiantes son informadas sobre los procesos biológicos, el ciclo menstrual y la salud menstrual.	Incremento en el número de estudiantes que participó en las actividades educativas.	-Informes de las formadoras y mentoras.	Las profesoras apoyan el proyecto e integran el tema en sus lecciones.
Resultado* 3 – Las chicas y las mujeres jóvenes tienen acceso a productos de higiene / salud menstrual.	Incremento del número de copas menstruales y kits de higiene distribuidos en cada pueblo por visita.	-Listas de distribución.	- Las chicas y las mujeres jóvenes aceptan los productos y están abiertas a probarlos.

4 – Las chicas se sienten bien y seguras con sus cuerpos, y se atreven a participar en las actividades de la vida diaria.	Decrece el absentismo escolar debido a la menstruación.	-Reuniones de seguimiento. -Informes de las formadoras y las mentoras.	-No existe prohibición de ir al colegio por parte de otros miembros de la familia.
5 – Proyecto debidamente gestionado.	5 -1.- En el duodécimo mes, se han redactado dos informes, adecuados a los requisitos del donante. 5 -2.- Al final del vigésimo cuarto mes, se realiza una evaluación final con resultados positivos, especialmente relevantes en los ámbitos de efectividad, eficiencia y viabilidad.	5 - 1.- Documentos de informes de seguimiento y datos de Kobotool. 5 - 2.- Informe de evaluación final externo.	
Actividades	Aportaciones / Recursos	Costes & fuentes/duración	
(Para resultado 1.) 1.1 Contratación de una ONG local, para que se encargasen de liderar el proyecto.	Número de personas contratadas.	-Contratos laborales.	-Se pueden encontrar personas suficientemente cualificadas y motivadas.
1.2 Llevar a cabo una formación de formadoras con nuevo material, para formadoras y nuevas mentoras.	Número de personas asistentes a la formación.	-Nombres en el registro.	
1.3 Asegurarse de que las formadoras quieren seguir con el proyecto, si no, se contratará a alguna de las mentoras.	Número de personas contratadas.	-Contratos laborales.	-Se pueden encontrar personas suficientemente cualificadas y motivadas.
1.4 Contratación de 9/12 chicas locales nuevas para llevar a cabo el proyecto como mentoras (usuarias veteranas de la copa).	Número de personas contratadas.	-Contratos laborales.	-Las usuarias veteranas de la copa quieren ser formadoras y mentoras.
1.5 Efectuar talleres participativos de fotografía con las chicas que asisten al colegio, para facilitar que las chicas hablen sobre la tradición.	-Número de chicas asistentes a la clase de fotografía. -Número de talleres de fotografía.	-Informe de ejecución.	-Las beneficiarias están abiertas a participar en lo de la fotografía.
1.6 Adoptar medidas de incremento de la concienciación para la gente local con una formación para el grupo de mujeres. Incluye un refrigerio.	-Número de medidas de incremento de la concienciación que se llevaron a cabo. -Registros con el número de asistentes por curso de formación.	-Informes de las formadoras y mentoras.	
1.7 Adoptar medidas de incremento de la concienciación para la gente local con exhibiciones fotográficas y charlas informales acerca de la menstruación.	-Número de personas asistentes a la ceremonia de clausura y la exhibición. -Personas asistentes a las charlas informales en los pueblos.	-Informes de las formadoras y mentoras. -Fotografías. -Vídeos.	-La gente local está abierta a asistir a reuniones. -La gente local se siente feliz de ver la exposición de fotografía y hablan de las diferencias entre la tradición y la menstruación.
1.8 Adoptar medidas de incremento de la concienciación y sobre la igualdad y empoderamiento de la mujer para la gente local con la proyección de una película (y con una obra de teatro, si es posible).	-Número de personas asistentes a la proyección de la película. -Personas asistiendo al refrigerio posterior a la proyección de la película.	-Informes de las formadoras y mentoras. -Fotografías. -Vídeos.	- La gente local se muestra abierta a asistir a reuniones. - La gente local está contenta por la proyección de la película.

(Para resultado 2.) 2.1 Llevar a cabo talleres educativos en los colegios para chicos y chicas juntos, de los grados 6 al 10.	Registros con el número de asistentes por grado/colegio.	-Informes de las formadoras y mentoras.	-Las escuelas y profesoras están preparadas para abordar el tema en las clases.
2.2 Realizar talleres educativos solo para chicas, de grados 6 al 10.	Registro con el número de asistentes por grado/	-Informes de las formadoras y mentoras.	
2.3 Llevar a cabo talleres de educación sexual solo para chicos, de grados 6 al 10.	Registro con el número de asistentes por grado/	-Informes de las formadoras y mentoras.	-Encontramos a chicos dispuestos a venir a Achham para hacer la clase de educación sexual.
(Para resultado 3.) 3.1 Impartir formación sobre la Copa Menstrual a las chicas escolarizadas.	Registro con el número de asistentes por grado/	-Informes de las formadoras y mentoras.	- Las chicas aceptan los productos.
3.2 Impartir formación sobre la Copa Menstrual a mujeres jóvenes que no van al colegio.	Registro con el número de asistentes por grado/	-Informes de las formadoras y mentoras.	- Las chicas aceptan los productos.
3.3 Distribución de Copas Menstruales y Kits Menstruales a las chicas escolarizadas y las mujeres jóvenes.	Número de copas menstruales y kits de higiene distribuidos en cada pueblo por visita.	-Lista de distribución	- Las chicas y los miembros de la familia aceptan los productos.
(Para resultado 4.) 4.1 Organizar reuniones mensuales entre las usuarias de la copa para que se ayuden mutuamente y hablen de la "tradición".	Número de reuniones de concienciación realizadas.	-Informes de las formadoras y mentoras.	-Las chicas están dispuestas a pasar tiempo juntas.
4.2 Enrolar a usuarias de la copa como voluntarias para facilitar el tema y movilizar a nivel social.	Número de voluntarias dispuestas a trabajar con nosotras en los años siguientes.	-Lista de espera para trabajar.	
(Para resultado 5.) 5.1 Actualización del punto de referencia.		-Visita in situ del Director del Proyecto y de la interna con los diferentes agentes.	
5.2 Producir informes de seguimiento cada tres meses.	¿Cuántas chicas están usando la copa?	-Informes enviados al Director del Proyecto.	Cada tres meses, las mentoras y formadoras envían los informes vía Kobotool.
5.3 Encuesta final del proyecto	¿Cuántas chicas están usando la copa? ¿Cuántas chicas han hecho cambios en la tradición del Chhaupadi?	-Informes enviados al Director del Proyecto.	
5.4 Realización de una evaluación posterior, informe de evaluación.	¿Cuántas chicas ponen fin al Chhaupadi?	-Informes enviados al Director del Proyecto.	
	Precondiciones		
	- Acuerdo con la contraparte local y permisos de la Comisión para el Estatus de las Mujeres (CSW)		
	- Acuerdo con directores de colegios, líderes locales y alcaldes de las municipalidades para cambiar el temario durante unos días para ejecutar el proyecto en las escuelas.		
	- Acuerdo con las municipalidades para un mayor apoyo financiero en el futuro.		

4.1. RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- Los colegios tienen clases, exámenes y vacaciones o actividades que podrían no corresponder con nuestro objetivo del proyecto.
- Un comportamiento no cooperativo de las profesoras y las autoridades del colegio.
- Días festivos y festivales durante la ejecución del proyecto.
- Elecciones locales o huelgas para retrasar el proyecto.
- Problemas con la electricidad y de conexión a internet en el pueblo pueden constituir un obstáculo para el proyecto.
- Un comportamiento no cooperativo por parte de las autoridades locales (tales como las municipalidades rurales).
- Asistencia insuficiente de las estudiantes a las clases durante la ejecución del proyecto debido a que tengan que trabajar en los campos.
- Expectativas elevadas más allá del área de trabajo del proyecto – por ejemplo, solicitudes de las personas locales por estipendios diarios, refrigerios, etc.

4.2. GESTIÓN DE RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- Movilizar a voluntarias para confirmar el programa del proyecto de ejecución y de los seguimientos del proyecto.
- Las conformidades se proporcionarán a las autoridades escolares por parte de las voluntarias del proyecto.
- Preparación de los programas por adelantado para que las chicas puedan planear sus días de trabajo de acuerdo a ellos.
- Enseñar a los locales cuál es el objetivo del proyecto.

RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

Los recursos humanos serán inestimables para el éxito del proyecto. Es especialmente importante involucrar a personas nativas de Achham para que trabajen dentro de las comunidades elegidas para ejecutar y seguir el impacto constante del proyecto, y el bienestar de las participantes. En el Proyecto 2020, contaremos con:

Profesoras y enfermeras en cada pueblo (dependiendo de cuántas en cada pueblo están dispuestas a participar).

- 1 x Directora de Proyecto nepalí (Jefa del Grupo 1 en Achham).
- La Directora Ejecutiva y Directora de Proyecto de *be artsy* (Jefa del Grupo 2 en Achham).
- 1 Directora de Compras de Proyecto y administrativa en Katmandú.
- 1 Responsable de Programa y asistente de la Directora de Proyecto en Katmandú.
- 3 Formadoras locales.
- 20 x Chicas locales (usuarias veteranas de la copa) trabajando como mentoras para convertirse en movilizadoras sociales.

- 2 x Chicas locales trabajando como Coordinadoras Locales y aprendiendo para convertirse en Jefas de Grupo el año siguiente.
- 4 x Mentoras senior del programa Edufem.
- 5 x Voluntarias extranjeras: antropólogas, educadoras sexuales, y una con aptitudes para la fotografía (opcional).
- 4 x Educadores sexuales varones.
- 1 x Asistente de Proyecto para la Directora Ejecutiva (Jefa del Grupo 2 en la zona de trabajo).
- 1 x Coordinadora de Programa y Directora Ejecutiva.

Ruby Cup donará copas menstruales a *be artsy*. El número de copas donadas será:

- 1,533 x Ruby Cups del 2019

Estas copas necesitarán componentes para los kits de menstruación.

Hemos recogido 100 copas para las chicas de cada nuevo colegio y 50 para las que no van a la escuela. $150 \times 3 = 450$ en los nuevos pueblos.

Hemos recogido 50 copas para cada pueblo anterior: $50 \times 50 = 750$.

Sabemos que en algunos pueblos necesitaremos más, y en otros menos. Pensamos que el resto puede necesitarse a lo largo del resto del año o puede utilizarse durante el seguimiento de noviembre.

- 1,533 x Cubos de metal
- 1,533 x Copas menstruales (Ruby Cup)
- 1,533 x Pastillas de jabón
- 1,533 x Toallas
- 1,533 x Libro de Instrucciones y Preguntas Frecuentes del uso de la copa menstrual, en nepalí.

Para los colegios necesitaremos:

- 5 x Comic Menstrupedia para cada nueva escuela = 15 libros Menstrupedia
- 6 x Pósters educativos para cada escuela + cada equipo ejecutivo (anteriores y nuevos 20) = 120 pósters.
- 20 x Libros de temario sobre la pubertad para cada nueva escuela = 60 libros

CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Las fechas clave del proyecto están señaladas abajo. Las fechas son estimativas y están sujetas a posibles cambios.

Descripción	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Contratación de personal local.												
Determinar más pueblos en Achham.												
Materiales básicos para los kits menstruales.												
Recepción de Ruby Cups en Nepal												
Imprimir Instrucciones y Preguntas Frecuentes para los kits menstruales.												
Montar los kits menstruales.												
Organizar la logística hacia el lugar del proyecto.												
Comienzo del proyecto en la zona.												
Formar a colaboradoras locales en los pueblos.												
Empezar los talleres y la fotografía participativa.												
Visitas de seguimiento a las participantes.												

Evaluación del Proyecto										
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

- Debajo se detalla un resumen del presupuesto de gastos del **Proyecto Rato Baltin 2020** para 17 pueblos. **Mantendremos 4 equipos trabajando en la zona durante todo el año.** El importe total del proyecto es **74.230€**. La explicación de cada gasto puede encontrarse en el Anex1_2020RatoBaltinBudged.
- El coste del proyecto es más elevado este año porque intentaremos tener dos chicas en cada pueblo trabajando todo el año como movilizadoras sociales para atacar directamente el problema del Chhaupadi, más las formadoras que estarán trabajando cada mes. Una sola persona no puede lidiar con la presión social. Si no conseguimos todo el dinero que necesitamos tendremos que hacerlo cada dos meses, pero eso no resultaría tan eficiente.
- **El coste de cada equipo con todos los gastos es de 18.557€.**

7.1. RESUMEN COMPLETO DEL PROGRAMA PARA 4 EQUIPOS - 17 PUEBLOS

Tabla 1 – Presupuesto previsto	
Descripción	Presupuesto total previsto €
1. Salarios	
1.1 Personal de campo	
<i>1.1.1 Expatriados</i>	
1.1.1 -SUBTOTAL: salarios de expatriados en la zona	€ 0,00
<i>1.1.2 Personal local</i>	
1.1.2 -SUBTOTAL: Personal local en la zona	€ 18.400,00
1.1 -SUBTOTAL: Personal de campo	€ 18.400,00
1.2 Personal de las oficinas centrales	
1.2 -SUBTOTAL: personal de las oficinas centrales	€ 22.575,62
1. – Total: Salarios	€ 40.975,62
2. Otros a corto plazo: trabajadores "No-Contratados"	

2. – TOTAL: trabajadores no contratados	€	0,00
3. Desplazamientos y transporte		
3.1 Desplazamiento internacional aéreo		
3.1 – SUBTOTAL: desplazamiento internacional aéreo	€	1.500,00
3.2 Otros desplazamientos internacionales (regionales) aéreos		
3.2 – SUBTOTAL: desplazamientos internacionales (regionales) aéreos	€	0,00
3.3 Otros costes de transporte aéreo		
3.3 - SUBTOTAL: coste de transporte internacional	€	900,00
TOTAL DESPLAZAMIENTOS INTERNACIONALES	€	2.400,00
3.4 Internacional diario		
3.4 – SUBTOTAL: internacional diario	€	1.050,00
TOTAL DIARIO	€	1.050,00
3 - TOTAL: desplazamientos y transporte internacional	€	3.450,00
4. Transporte en Nepal		
4.1 Desplazamientos dentro del país por tierra		
4.1 – SUBTOTAL: desplazamientos dentro del país por tierra	€	1.504,00
4.2 Transporte de materiales		
4.2 – SUBTOTAL: transporte de materiales	€	520,00
4– TOTAL: desplazamientos y transporte en Nepal	€	2.024,00
5. Dietas extranjeros		
5.1 Alojamiento		
5.1 – SUBTOTAL: alojamiento	€	0,00
5. – TOTAL: dietas extranjeros	€	0,00
6. Suministros para el programa		
6. – TOTAL: suministros para el programa de talleres en la zona	€	3.353,00
7. Otros costes directos		
7. – TOTAL: otros costes directos	€	7.200,00
8. Beneficiarias. En la zona + Formación de Formadoras		
8.1 Formadoras y Mentoras – Gastos de su formación		
8.1 – SUBTOTAL – gastos de formación de formadoras y mentoras	€	462,00

8.2 Proyecto de Primavera en la zona	
8.2 – SUBTOTAL: Proyecto de Primavera en la zona	€ 4.800,00
8.3 Seguimiento en diciembre en la zona: comida y alojamiento	
8.3 – SUBTOTAL: seguimiento en diciembre en la zona: comida y alojamiento	€ 144,00
8.3 Formación de Mujeres y Proyección de la película	
8.3 – SUBTOTAL: refrigerios para la formación de mujeres y la proyección de la película	€ 1.650,00
8.- TOTAL: beneficiarias de la Formación de Formadoras	€ 7.056,00
9. Impuestos en Nepal y Seguridad Social en España	
9. – TOTAL: impuestos en Nepal y Seguridad Social en España	€ 8.936,64
10. Auditoría y Comisión para el Estatus de las Mujeres (CSW)	
10. – TOTAL: Auditoría y Comisión para el Estatus de las Mujeres (CSW)	€ 500,00
11. TOTAL: costes directos	€ 73.495,26
12.- Costes indirectos	
12. – SUBTOTAL: costes indirectos	€ 735,00
12. TOTAL: COSTES INDIRECTOS	€ 735,00
Total de fondos necesarios	€ 74.230,26
TOTAL DEL PROGRAMA	€ 74.230,26

TRANSPARENCIA DE LAS DONACIONES

8.1. ¿DE DÓNDE CONSEGUIMOS LOS FONDOS?

Existe en la actualidad solamente una fundación catalana, de un Ayuntamiento local en las afueras de Barcelona, interesada en apoyarnos. Estuvieron muy satisfechos con el trabajo que hicimos el año pasado.

Nuestra Fundadora y Presidenta *Clara Garcia i Ortés* está realizando charlas y exposiciones fotográficas por Cataluña explicando nuestro proyecto y localizando nuevos socios y donantes, así como intentando conseguir empresas que nos ayuden a nivel financiero.

La película documental acerca de nuestro trabajo que quisimos hacer el año pasado será realizada este año. Esperamos que eso también nos ayude, aunque será difícil conseguir fondos para futuros proyectos.

El año pasado fuimos capaces de financiar más de 16.000 euros de modo privado, lo que esperamos repetir de nuevo este año.

Algunas personas están dispuestas a empezar proyectos de crowdfunding en sus países de origen para contribuir a los objetivos del proyecto. Además, hay algunos comercios locales y empresas sociales dispuestas a ayudarnos, donando un pequeño porcentaje de sus ganancias.

Confiamos en que nuestro socio desde el 2017, **ROKPA**, pueda de nuevo ayudarnos este año, así como echarnos una mano para encontrar otros donantes que puedan contribuir a nuestro objetivo de estar realmente activos en esas municipalidades. Nuestro socio local para el 2020 (*be artsy Nepal*) podrá recaudar algunos fondos del Gobierno local y de donantes privados en Nepal.

Un miembro de **ROKPA** estuvo allí con nosotros durante el seguimiento de noviembre del 2019, y esperamos que esté interesada en trabajar como asistente del proyecto, y considerar unirse a *be artsy Nepal* en un futuro.

También contaremos con unas pocas voluntarias dispuestas a ayudar con la comunicación, diseño web, eventos y exhibiciones, diseño y administración, para asegurarse de que las máximas personas posibles conozcan nuestro trabajo y se sientan inspiradas a contribuir.

Nuestro socio Ruby Cup tiene plena confianza en nuestro trabajo y estaba dispuesto a donar más copas, pero no vamos a pedir más todavía hasta que terminemos con las donadas el año pasado. El precio de mercado de las **copas** que todavía tenemos es **41.390 Euros**.

8.2. POR QUÉ CREEMOS EN LA IMPORTANCIA DE NUESTRO TRABAJO

Sabemos que es importante estar activo en Nepal Occidental y hacer ruido en torno al Chhaupadi para tratar de evitar **más muertes de chicas en un futuro**. Por eso queremos este año mantener más chicas activas durante el año entero en cada pueblo.

Además, somos conscientes de que el presupuesto del 2020 es mayor que el que habíamos previsto para el pasado, pero cada año somos mejores y más profesionales, **estamos creciendo**, y toda la gente involucrada necesita ganar un sueldo. Este año los que estarán trabajando con nosotros durante todo el año son: tres profesionales de Katmandú + tres formadoras de Achham + veintiséis mentoras locales de Achhami (antiguas estudiantes y usuarias de la copa menstrual) + los cuatro profesionales sanitarios varones y las

voluntarias internacionales que van a venir de Canadá, Italia, Francia y España durante la ejecución del Proyecto de primavera.

Es importante ver que el proyecto de este año está más que nunca decidido a trabajar contra el Chhaupadi.

Estamos seguros de seguir en el camino correcto. Nuestros resultados han sido siempre positivos, y nuestro entusiasmo es mayor que nunca.

Nuestra Presidenta Clara está preparada para permanecer activa durante todo el año, y continuar educando in situ, intentando enseñar y ayudar a las formadoras, a través de las cuales **esperamos que tras el viaje en primavera, el proyecto se lleve a cabo solamente por mujeres nepalíes, y el trabajo de campo solo por chicas de Achham.**

Este es un componente clave para empoderar a las mujeres nepalíes y ayudarlas para romper el estigma de la menstruación en Nepal Occidental.

Nuestro trabajo ha empezado a conocerse en todo el mundo. Puedes encontrar más acerca de nuestra aparición en diversos medios de comunicación en nuestra página web: <https://beartsy.org/media>

8.3. POSIBLE COMPAÑÍA DE TEATRO SOCIAL CON UNA OBRA ANTI-CHHAUPADI

Algunos miembros de *be artsy* están interesados en un proyecto paralelo, y durante alguno de los seguimientos mensuales, las mentoras locales quieren montar una obra de teatro social contra el Chhaupadi. El dinero para esa parte del proyecto sera recaudado o manejado de forma aparte. Los miembros de *be artsy* que deseen llevarlo a cabo harán un crowdfunding o encontrarán una subvención solamente para esa parte. El proyecto tendrá un nombre, y se emitirán informes, porque estará relacionado con nuestro objetivo, pero separado del Proyecto Rato Baltin central.

8.4. PROYECTO EDUFEM

Tenemos también el proyecto Edufem, relacionado con el proyecto Rato Baltin porque las beneficiarias son nuestras mentoras.

Recuerden que nuestras mentoras son chicas que antes eran estudiantes nuestras, y que ahora trabajan con nosotros.

A aquellas que desean seguir estudiando pero cuyas familias no pueden pagar la Escuela Superior, les cubrimos sus gastos escolares, alojamiento, uniformes, comida, etc., para evitar que las chicas se casen demasiado pronto.

El presupuesto de ese proyecto no está incluido en el Proyecto Rato Baltin. Lo hemos estado haciendo por separado.

SEGUIMIENTO DEL PROYECTO Y EVALUACIÓN

Para monitorizar el bienestar de las participantes que recibieron la Ruby Cup, las mentoras y formadoras de *be artsy* llevarán a cabo visitas mensuales de seguimiento.

Se animará a las chicas a preguntar cualquier cuestión que puedan tener ahora que están utilizando las copas. Si ya no las están utilizando o dudan en usarlas durante su periodo, las movilizadoras sociales voluntarias (nuevas mentoras) hablarán con ellas sobre su preocupación. Las formadoras supervisarán el bienestar general físico y mental de las participantes. Estas acciones asegurarán que las participantes no se sientan abandonadas, y se sentirán seguras con el programa. También permitirá a *be artsy* evaluar la ejecución del programa, y mantenernos fuertes contra la práctica del Chhaupadi.

Para evaluar el impacto del proyecto del 2020, las formadoras de *be artsy* organizarán conversaciones personales y grupos de debate con las participantes durante los viajes de seguimiento a los pueblos, así como efectuar encuestas cada cuatro meses con las participantes y la comunidad en general.

Esto constituirá la evaluación del proyecto, desde la cual podremos evaluar el impacto del proyecto y hasta qué punto se han cumplido los objetivos del proyecto. Esta evaluación nos permitirá reflexionar en los efectos del proyecto del 2020 y utilizar las lecciones aprendidas en acciones futuras.

Durante diciembre del 2020, las formadoras de Achham y los jefes de grupo realizarán la evaluación final.

be artsy Nepal asumirá el rol de líder en la evaluación del proyecto para asegurar una perspectiva no sesgada de los resultados y de la determinación de la efectividad del programa.

La recogida de datos se hará in situ con Kobotool, una app que permite al personal de Achham recabar la información sin una conexión a internet, que después pueden subir a la nube.