

PROPUESTA TÉCNICA Y FINANCIERA
PARA EL
PROYECTO RATO BALTIN 2021

PRESENTADO A:

PRESENTADO POR:
Clara Garcia i Ortés

be artsy NGO

Email: clara@beartsy.org

beartsy.org

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| 1.1 BREVE INTRODUCCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN | 3 |
| 1.2 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN | 3 |
| FUNDAMENTO DEL PROYECTO | 7 |
| OBJETIVO DEL PROYECTO | 8 |
| 3.1. CONSIDERACIONES PARA LA COVID-19 - MASKS 4 HEALTH | 9 |
| 3.2. ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR EL OBJETIVO DEL PROYECTO | 9 |
| 3.3. EJECUCIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO | 9 |
| 3.4. RESULTADO ESPERADO | 13 |
| ENFOQUE A LARGO PLAZO | 18 |
| 4.1. RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO | 18 |
| 4.2. GESTIÓN DE RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO | 18 |
| RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES | 19 |
| CRONOGRAMA DEL PROYECTO | 20 |
| PRESUPUESTO DEL PROYECTO | 21 |
| 7.1. RESUMEN COMPLETO DEL PROGRAMA PARA 4 GRUPOS DE TRABAJO - 17 PUEBLOS | 21 |
| TRANSPARENCIA DE LAS DONACIONES | 24 |
| 8.1. ¿DE DÓNDE CONSEGUIMOS LOS FONDOS? | 24 |
| 8.2. POR QUÉ CREEMOS EN LA IMPORTANCIA DE NUESTRO TRABAJO | 25 |
| 8.3. POSIBLE COMPAÑÍA DE TEATRO SOCIAL CON UNA OBRA ANTI-CHHAUPADI | 26 |
| 8.4. PROYECTO EDUFEM | 26 |
| 8.5. PROYECTO HAPPY WOMEN | 26 |
| SEGUIMIENTO DEL PROYECTO Y EVALUACIÓN | 27 |

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, también dar 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, con una población de 29,3 millones en el 2017. Según el 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 los jóvenes tienen también una economía limitada, lo que significa que aunque conocieran las herramientas de gestión de salud menstrual, y estuviesen a su alcance, sería difícil que se las pudieran permitir. Estos factores resultan a menudo en el absentismo escolar de las jóvenes, 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 acceso 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 y la comida que otros vayan a consumir

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

Las chicas y mujeres practicando el Chhaupadi no lo practican por su propia decisión y están sujetas a un alto riesgo de exposición a violaciones, mordeduras de serpientes, inhalación de humo y ataques de animales mientras viven lejos de sus familias. El trauma psicológico de percibirse mismas como "sucias" también está afectando el bienestar mental de las adolescentes en crecimiento.

La exclusión de las jóvenes del colegio durante su periodo perjudica 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, pero este avance 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 siendo en forma de una multa de 3.000 rupias nepalés, o tres meses de prisión.

La introducción de las nuevas leyes que prohíben la práctica del Chhaupadi siguen representando un paso importante en la dirección correcta a un nivel político, y significa un cambio de opinión social en desarrollo. Dado que la práctica está tan fuertemente incrustada en las normas sociales y prácticas culturales, la intención de la ley del gobierno requerirá tiempo y el apoyo de las comunidades. A fin de tratar de forma efectiva la práctica del Chhaupadi, es necesario realizar intervenciones a nivel local, refiriéndose a su base sociocultural y el daño continuos de la práctica del exilio.

Be artsy tiene como objetivo educar y participar en una participación comunitaria significativa, reconociendo los cambios normativos a los que se ha comprometido el gobierno, con el fin de mejorar el bienestar de las niñas y mujeres en Nepal.

De hecho, en los últimos veinte años el estado de Nepal 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. *be artsy* cree que programas de intervención social como 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.

La eficacia del proyecto Rato Baltin aborda las razones socioculturales de la persistencia que se continúa con la práctica de Chhaupadi en algunas comunidades remotas, proporciona educación sobre el funcionamiento sexual y menstrual del cuerpo a niños y niñas en las escuelas y proporciona herramientas básicas de higiene menstrual a todas las adolescentes. El proyecto trabajará directamente con los líderes de la comunidad, los líderes religiosos y las escuelas y el gobierno a través del alcance social y la participación de cada comunidad individual.

De nuestra experiencia desde 2017, nosotros percibimos que hay un alto nivel de necesidad del proyecto en más municipalidades en Achham. En 2019, nos enfocamos en este distrito y estamos 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. Estas locaciones son en áreas remotas en Nepal Occidental.

be artsy cree que el éxito en Achham es un buen comienzo, pero es urgente que el proyecto llegue a tantas municipalidades como sea posible. Solo discutiendo abiertamente la menstruación y el Chhaupadi en las comunidades, la comprensión de la función corporal, la higiene menstrual adecuada y el cuidado de la salud se evitará la desafortunada muerte prematura de muchas chicas que viven en las zonas remotas de Achham en el futuro.

Desde 2017, el proyecto Rato Baltin ha proporcionado educación y formación sobre gestión de la salud, higiene, y temas sexuales y reproductivos, a más de **13,888 beneficiarias directas** de zonas remotas de Nepal Occidental. Más de **2,263 mujeres** voluntarias recibieron copas menstruales donadas por **Ruby Cup**, una empresa del Reino Unido, para alcanzar a comunidades remotas.

Desde 2018, *be artsy* ha patrocinado a **8 chicas** con becas para estudiar en la universidad a través del proyecto EDUFEM. Las chicas graduadas contribuyeron a las comunidades trabajando a través de *be artsy* como entrenadoras en el alcance comunitario.

Durante la pandemia del Covid-19, **800** mujeres viudas con niños recibieron ayuda alimentaria de emergencia; más de **10.140** personas recibieron mascarillas fabricadas por

las mujeres locales y apoyadas por el proyecto Rato Baltin.

¡Eso hace un total de beneficiarios directos desde 2017 de 27,099 mujeres y hombres más sus familias!

El Proyecto Rato Baltin 2021 continuará el trabajo completado en 2019, -Debido a la pandemia COVID-19, solo se continuó la distribución de copas menstruales, mascarillas y talleres de atención de la salud menstrual en 2020.

En 2021, se establecerá un taller grupal para muchachos, que se enfocará en la educación sexual, la menstruación, el respeto y los derechos humanos para el alcance escolar.

Durante los últimos 4 años, *be artsy* ha podido continuar el proyecto Rato Baltin con fondos privados y entidades extranjeras, sin embargo, dado que Nepal no es un país prioritario para la cooperación catalana, *be artsy* no puede aplicar a convocatorias donde el importe financiero es mayor, limitando a *be artsy* a llegar a un mayor número de municipalidades y pueblos.

Es por eso que en 2021, *be artsy* se enfocará en reforzar nuestro conocimiento en las áreas donde ya hemos trabajado, para establecer el proyecto en estas zonas de manera más firme, y más firmemente en estas áreas, y brindar una mejor comprensión y apropiación del proyecto por parte de toda la comunidad. Seguiremos presentando el proyecto en una serie de nuevas escuelas, pero estas están situadas cerca de los pueblos en los que ya hemos trabajado.

Uno de los objetivos artísticos es sensibilizar a la población catalana sobre los problemas asociados con Chhaupadi, evitando argumentos etnocéntricos y paternalistas, de modo que se transmita la necesidad de desarrollar herramientas de colaboración mutua. Con la consciencia en las diferencias de esta práctica cultural sigue siendo tabú en diferentes partes del mundo, como la sexualidad o la menstruación, ser artístico seguirá dando charlas y exposiciones en diferentes municipios catalanes, para crear conciencia y apoyo en nuestro proyecto en Nepal. "*be artsy*" ha participado en eventos internacionales y seguirá dando a conocer a otros en el trabajo que el arte ha hecho en los últimos años.

Además, iniciamos el proceso para ser una **ONGD** (Organización No Gubernamental para el Desarrollo) y está en proceso de ser declarada de **interés público**. Si nuestra aplicación es aceptada, *be artsy* recibirá los beneficios de ser un servicio esencial para el público para las comunidades que servimos. Los beneficios incluyen:

- Beneficios monetarios y de recursos para nuestros proyectos.
- Incentivos fiscales para nuestros donantes, socios y comunidades españoles
- El reconocimiento oficial de la naturaleza esencial de nuestra misión de servir a las comunidades más vulnerables.

Estos beneficios y más garantizará que *be artsy* continúe teniendo los recursos y las finanzas para servir a nuestras comunidades. /necesitaremos aumentar el número de asociados para que nuestros proyectos continúen siendo operativos y sostenibles.

FUNDAMENTO DEL PROYECTO

El proyecto está diseñado para mitigar los efectos negativos del Chhauupadi, 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 Chhauupadi. No está creado para ser una solución rápida, de arriba abajo, manejada desde fuera. Esto no resultaría efectivo, ya que el Chhauupadi sigue siendo practicado con base en creencias profundamente arraigadas.

La fotografía participativa permite a las chicas participen tomando fotografías para 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.

Para las herramientas de manejo de la salud menstrual, cada niña que participa en el taller de salud menstrual recibe una copa menstrual, una toalla, un jabón y un balde de metal. Las copas menstruales 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 10 años.

Como *be artsy* y el proyecto Rato Baltin son nuevos, existe una capacidad limitada para una ejecución a larga escala. El proyecto del 2021 ha sido diseñado según lo que hemos aprendido y acumulado desde 2017. El enfoque dinámico y flexible para la implementación del proyecto, que enfatiza el monitoreo y la adaptación efectiva, asegurará que el proyecto deje una huella positiva en las comunidades. El seguimiento y la evaluación de la implementación del proyecto 2021 permitirán que *be artsy* se adapte y mejore el proyecto en el futuro, y beneficie a más beneficiarios a largo plazo.

El proyecto dispondrá de un enfoque escalonado en cinco 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 (también podemos tener copas menstruales para mujeres)
4. Se proporcionará educación sobre la salud y sexualidad a los chicos.
5. 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:

- Tratar la base sociocultural y las implicaciones del Chhaupadi a través de la consulta comunitaria.
- 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. Esta es la razón por la que *be artsy* involucra a las personas en Achham trabaja dentro de comunidades específicas para implementar y supervisar el impacto continuado del proyecto y el bienestar de las participantes. La **colaboración local** está formada por mujeres comprometidas con el proyecto. Ellas mismas han establecido **una empresa social y han trabajado con nosotros desde 2020**.

Son tres mujeres nepalíes que trabajaron con nosotras el año pasado, y entre ellas reúnen másteres 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. Ellas han sido formadas para trabajar en la recaudación de fondos, el trabajo administrativo y de gestión en un entorno de ONG. A largo plazo, *be artsy* formará a las chicas Acchamí para que se ocupen de los talleres en situ y se conviertan en futuras directoras de proyecto.

3.1. CONSIDERACIONES PARA LA COVID-19 - MASKS 4 HEALTH

Debido a la pandemia global, las actividades normales del proyecto se han modificado para el 2021. Las vacunaciones en Nepal son difíciles de implementar rápidamente y la propagación de la pandemia es muy rápida incluyendo en los pueblos remotos. *be artsy* tiene que pensar en la seguridad de nuestros formadores y los beneficiarios.

1 – Antes de que el equipo parta hacia un pueblo, un equipo de mujeres coserá mascarillas para toda la comunidad que asista a nuestros talleres o reuniones. Esto garantizará un entorno más saludable y seguro para todos.

2 - Las participantes tendrán que lavarse las manos antes de entrar en el salón de clases. Se deben proporcionar instalaciones adecuadas de desinfección y lavado de manos.

3 - Se implementará grupos pequeños para un seguro distanciamiento social, ralentizando el progreso de la formación y los números de alcance.

4 - Las formadoras de *be artsy* también tendrán que enseñar las medidas anti-COVID al igual que el manejo de la higiene menstrual.

3.2. 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 nuevas 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.

3.3. 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. En 2020, ellos donaron otros 300 copas menstruales. Tenemos en estos momentos **1800 copas menstruales**, y trabajaremos para distribuirlas durante 2021.

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

be artsy trabajará en 3 municipalidades: **Mangalsen, Dhakari and turmakhand.**

En Mangalsen, *be artsy* asistirá a 9 pueblos + 1 nuevo.

En Dhakari, *be artsy* asistirá a 3 pueblos de 2019 + 1 nuevo.

En Turmakhand, **be artsy** asistirá a 3 pueblos de 2019 + 1 nuevo.

be artsy necesita 4 equipos de ejecución + 2 equipos de dirección = 6 equipos trabajando in situ.

| | | |
|--------------------------|--|---|
| Equipo de Dirección MT 1 | 1 x Coordinadora 1 x 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. (Debido a COVID-19, solo se desplegará 1 TM. Con un jeep, una tienda para dormir y permaneciendo en equipo, se puede evitar la transmisión de infecciones) |
| Equipo de Dirección MT 2 | 1 x Coordinadora 1 x Jefe de Equipo 1 x Asistente del Jefe de Equipo | |
| Equipo de Ejecución ET 1 | 4 x Chicas patrocinadas el año pasado por el proyecto EDUFEM 1 x voluntaria extranjera 1 x colaborador masculino | Asistir a 3 pueblos remotos (Basti, kunti Bandali, and Janalibandali) + 1 escuela nueva (Mangalsen 5) |
| Equipo de Ejecución ET 2 | 1 x Formadora 4 x mentoras locales 1 x voluntaria extranjera 1 x colaborador masculino | Asistir a 5 pueblos remotos (Jupu, Banatoli, Kalagaun, and Oligaun + Mangalsen 4) |

| | | |
|-----------------------------|--|---|
| Equipo de Ejecución ET 3 | 1 x Formadora 6 x nuevas mentoras locales 1 x voluntaria extranjera 1 x colaborador masculino | Asistir a 3 pueblos remotos (Dhamali, Toshi, Raniban) + 1 nuevo (Turmakhand) |
| Equipo de Ejecución ET 4 | 1 x Formadora 6 x mentoras locales 1 x voluntaria extranjera 1 x colaborador masculino | Asistir a 3 pueblos remotos (Hichma, Dhakari, Dungachalna) + 1 nuevo (Lamchu) |

En cada localidad, *be artsy* tendrá 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.

En Achham, *be artsy* amadrina a 1 coordinadora Achhamí, que comenzó la Universidad este año y 4 mentoras, que van a terminar la clase 11 y 12. Todos los beneficiarios del proyecto EDUFEM de *be artsy* tienen la oportunidad de tener un futuro mejor y evitar un matrimonio precoz.

En cada pueblo educaremos a chicos y chicas, desde sexto hasta el décimo grado, sobre educación sexual, cursos sobre la pubertad, y salud menstrual. Para el grupo de chicas solas, haremos talleres en gestión de salud menstrual y sexual. Y para el grupo de mujeres, además educación sobre el climaterio y la menopausia. En los pueblos nuevos, las chicas tendrán los talleres de fotografía participativa para ayudarlas a hablar sobre lo que no les gusta de su menstruación. Las chicas y mujeres voluntarias llevarán a cabo una formación específica y darán copas menstruales y kits de higiene. *be artsy* añadirá una nueva formación solo para chicos sobre Educación Sexual, Respeto e Igualdad.

La ejecución se estructurará como sigue:

1. *be artsy* ya determinó las 3 escuelas y pueblos como objetivo adicional en Achham junto con los líderes políticos, para acudir a los lugares donde haya más prevalencia del Chhaupadi.

2. Identificar los sitios donde cada equipo dormirá y comerá en cada pueblo, teniendo en cuenta la seguridad de COVID-19 para todo nuestro personal y voluntarios durante la estadía.
3. Encontrar las mujeres que coserán las mascarillas en cada pueblo y asegurarse que lo hagan de acuerdo con nuestro videotutorial (ver adjunto). La distribución de mascarillas se realizará cuando nuestro equipo esté en el pueblo practicando una higiene segura y un distanciamiento seguro.
4. Emplear a personal local con salarios justos y correctos.
5. Entrenar a formadoras locales, antiguas, y nuevas mentoras, con nuevos materiales.
6. Preparar los materiales para la formación y los kits menstruales.
7. 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.
8. Cada equipo lleva su propio material, y **viaja a sus respectivos pueblos**.
9. **Suficiente** formación en la copa menstrual para niñas y mujeres.
10. En los pueblos nuevos, a través de la **fotografía participativa**, 40/50 chicas serán invitadas en cada pueblo para identificar y tomar fotos de lo que podría mejorarse en sus vidas cuando tienen su periodo.
11. En los pueblos nuevos, **un taller de un día sobre la menstruación y la gestión de la salud se llevará a cabo** con todas las mujeres que quieran asistir, para poder sensibilizarse respecto al Chhaupadi.
12. En todos los pueblos, se llevará a cabo **un taller de salud sobre el climaterio y la menopausia de un día** para ayudarles a mejorar la atención de la salud con respecto a la vejez.
13. Proporcionar un **kit de higiene menstrual y formación al grupo de madres** (si recibimos copas menstruales para eso).
14. Proporcionar merienda a todos los participantes durante el taller de mujeres.
15. Entregar un kit de higiene menstrual y dar formación a las chicas jóvenes escolarizadas que formen parte del grupo de mujeres.
16. Realizar un taller informativo a grupos importantes de hombres (Chmanes, Pujaris, Priest) para aclarar el tema de la tecnología de las copas menstruales.
17. 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.
18. Repartir material de formación traducido al nepalí para que las profesoras puedan seguir con las lecciones más adelante.
19. Crear una lista de espera para el mentor local para que identifique y registre el nombre de los futuros voluntarios para el programa de entrenamiento de la copa menstrual.
20. 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.
21. Dos mentoras de cada pueblo harán una reunión mensual con las chicas para hablar sobre la copa y acerca de parar la tradición del Chhaupadi (movilizadores sociales).

22. 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 cómo progresa la implantación de la copa.
23. Para dar cabida a grupos grandes en las listas de espera, durante la sesión de seguimiento trimestral cara a cara, las entrenadoras y mentoras realizarán talleres sobre la copa menstrual.
24. Durante el seguimiento de otoño/invierno del proyecto, *be artsy* presentará la película "MIRA" a las comunidades en los nuevos pueblos, gracias a la ONG nepalí Círculo Fotográfico.
25. Se servirán refrescos durante la exhibición de películas.
26. Si se permite financieramente, intentaremos montar un Teatro Social con las mentoras, para hacer una obra teatral contra el Chhaupadi. *be artsy* se asociará con una compañía de teatro social KTM para proporcionar formación de nuestras mentoras en Mangalsen.

El personal o voluntarias de la asociación no utilizarán el término 'Chhaupadi' si antes no ha sido mencionado por las participantes. *be artsy* quiere que los participantes se den cuenta de que la menstruación es natural, y no un mito como en la tradición, teniendo en cuenta la importancia de respetar la cultura y tradición.

3.4. RESULTADO ESPERADO

El Proyecto Rato Baltin 2021 continuará ayudando a mitigar el impacto de la práctica de Chhaupadi en las vidas de las chicas en las comunidades de Nepal Occidental, al igual enfrenar la pandemia de COVID-19.

Los efectos esperados del proyecto son:

- Mejorar el conocimiento de la protección personal contra la infección por el COVID-19.
- Un mayor conocimiento de educación sexual en las mujeres, hombres, chicas y chicos
- Mejorar el 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.
- Inculcar una conversación en las comunidades acerca de la práctica del Chhaupadi y su impacto en las chicas, tanto física como mentalmente.
- Reducción de la prevalencia de la práctica Chhaupadi
- Mejor confianza entre las niñas y las mujeres con conocimientos de gestión de la menstruación mensual.
- Incrementar la confianza entre las chicas que reciben la copa menstrual.
- Un absentismo escolar más reducido entre las chicas que reciban la copa menstrual y estén escolarizadas.

- Ya que los formadores y mentores van a trabajar cada mes para llegar a los diferentes pueblos, *be artsy* espera beneficiar **13.700 beneficiarios directos en talleres educativos**.
- Si *be artsy* puede recaudar más fondos para implementar los proyectos y llegar a más comunidades, *be artsy* puede obtener un mínimo de **2.000 copas menstruales más** para nuestras mujeres beneficiarias.
- Basado en el Proyecto Mask4health que se está ejecutando 2020, proyectando 4500 personas en cada pueblo, habrá **76,500** beneficiarios más en 2021.

¡Podríamos llegar a 92.200 Beneficiarios Directos durante 2021!

| 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 consecuencias perjudiciales. | -Encuestas. -Conversaciones de seguimiento con las beneficiarias. | |
| Consecuencia 1- El número de chicas y mujeres que participan en sus vidas diarias durante su ciclo menstrual. 2 - La tolerancia y el respeto de los chicos y hombres por las mujeres ha aumentado 3 - la comunidad está más segura con las máscaras | -El número de chicas y mujeres jóvenes que notan alguna discriminación se redujo. -Descenso del absentismo escolar. -Número de chicos que respetan más a las mujeres. | -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. - Los hombres y los chicos están dispuestos a hablar sobre sus cambios. - La gente usará máscaras. |
| Resultado* 1 - Las mujeres locales hacen máscaras para toda la comunidad, y los mentores están educando a las personas sobre las medidas de higiene COVID-19. | Cuando llegamos, todos estaban usando máscaras | -Informes de las formadoras y mentoras. | La población local está abierta a usar la máscara y cambiar de opinión. |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| Resultado* | 1 - La gente local es educada sobre los efectos y peligros del Chhaupadi 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. |
| | 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 |
| | 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 encarguen de liderar el proyecto. | Número de personas contratadas. | -Contratos laborales. | -Se pueden encontrar personas suficientemente cualificadas y motivadas. | |
| 1.2 las mujeres están haciendo máscaras y los mentores están educando a las personas sobre su uso | Número de personas asistentes a la formación. | -Nombres en el registro | | |
| 1.3 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 | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| 1.4 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. |
| 1.5 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 |
| 1.6 Efectuar talleres participativos de fotografía con las chicas que asisten al colegio, para facilitar que las chicas hablen sobre la tradición | -Número de chicas que asisten a las clases de fotografía -Número de talleres de fotografía | -Informe de ejecución. | -Las beneficiarias están abiertas a participar en lo de la fotografía. |
| 1.7 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. | |
| 1.8 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 -Videos | - 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 |
| 1.9 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 -Videos | -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. | - G 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. | -Informes enviados a la directora del proyecto. |
| 5.2 Producir informes de seguimiento cada tres meses. | ¿Cuántas chicas están usando la copa? | -Informes enviados a la directora 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 a la directora del proyecto. | |
| 5.4 Realización de una evaluación posterior, informe de evaluación. | ¿Cuántas chicas ponen fin al Chhaupadi? | -Informes enviados a la directora del proyecto. | |
| | Precondiciones | | |
| | - Los grupos de mujeres están dispuestas a hacer máscaras para proteger a todos. | | |
| | - 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. |

ENFOQUE A LARGO PLAZO

4.1. RIESGOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- Cierre debido a la pandemia de COVID-19.
- La gente se niega a asistir a las reuniones por miedo al coronavirus.
- 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, municipalidades rurales, y jefes religiosos.
- Menos alumnas asistiendo a clases durante la ejecución del proyecto debido a que deben trabajar en el campo.
- Expectativas elevadas por parte de los locales como estipendios diarios, refrigerios, y objetos gratuitos durante la implementación del proyecto.

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.
- Conformidad con las autoridades de las escuelas por parte de los voluntarios en la implementación de los talleres.
- Planificación del calendario antes de ir a la zona y programar el plan del proyecto de acuerdo a ellos.
- Preparar a los locales cuál es el objetivo del proyecto.

- La directora ejecutiva de *be artsy*, Clara García Ortés, se quedará en Achham el tiempo necesario hasta que el proyecto se implemente con éxito.

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 2021, participaremos:

- 1 x Directora de Proyecto nepalí (Jefa del Grupo 1 en Achham).
- La Directora Ejecutiva de *be artsy* (Clara) and Directora de Proyecto ((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 y movilizadoras sociales
- 2 x Chicas locales trabajando como Coordinadoras Locales y aprendiendo para convertirse en las próximas Jefas de Grupo.
- 4 x Mentoras senior del programa EDUFEM.
- 5 x Voluntarias extranjeras: antropólogas, educadoras sexuales, y 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).
- 17 grupos de mujeres para coser las máscaras. *Ruby Cup* ya ha donado copas:

Ruby Cup ya donó 1800 copas menstruales: Estas copas necesitarán componentes para los kits de menstruación con una toalla, jabón, instrucciones y una cubeta.

Hemos calculado 100 copas para las chicas de cada nuevo colegio y 50 para las que no van a la escuela. 150 x 3 - 450 en los nuevos pueblos.

Hemos recogido 50 copas para cada pueblo anterior: 50 x 50 = 750.

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

- 1800 x Cubos de metal
- 1800 x Copas menstruales (*Ruby Cup*)
- 1800 x Pastillas de jabón
- 1800 x Toallas
- 1800 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 (un total de 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 | Ene | Feb | Ma | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
|--|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Contratación de personal local. | | | | | | | | | | | | |
| 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

7.1. RESUMEN COMPLETO DEL PROGRAMA PARA 4 GRUPOS DE TRABAJO - 17 PUEBLOS

- El presupuesto total es más que el del año pasado debido al costo adicional para implementar medidas para el COVID-19. *Be artsy* no podrá viajar de Katmandú a Achhami en un autobús lleno de locales. Será un riesgo para nuestro personal y

voluntario, así que *be artsy* alquilará jeeps y viajarán en un grupo los 3 días del trayecto.

- Los materiales tendrán que ser transportados en autobuses locales como siempre. Si no hay suficientes fondos, *be artsy* desplegará 3 equipos en lugar de los 4 equipos planificados. Esto permitirá ahorrar algunos fondos en el salario del personal, transporte y gastos de alojamiento.
- Debajo se detalla un resumen del presupuesto de gastos del Proyecto Rato Baltin 2021 en 17 pueblos.
El plan es mantener 4 equipos trabajando en la zona durante 2021. El costo total para todos los equipos para el Rato Baltin + mask 4 health es **€113.967**. La explicación de cada gasto puede encontrarse en el **Anexo1_ 2021 Rato Baltin Budget**.
- En la asociación intentaremos tener 2 chicas en cada pueblo trabajando en 2021 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 contra la tradición perdurable durante siglos. Debido a las limitaciones financieras, puede ser necesario reducir la frecuencia de las sesiones a solo cada dos meses en lugar de mensualmente, pero esto reducirá la eficacia del proyecto.
- **El costo de cada equipo + Mask 4 Health para todas las personas de la comunidad es €28,491**
- **Costo operativo del equipo sin Mask 4 Health:: €22,347**
- **Mask 4 health para los 17 pueblos: €24,480**

| Costos Directos de Personal | TOTAL |
|--|--------------------|
| Personal Local | 19.030,00 € |
| Personal expatriado (trabajo voluntario, descuento al final) | 10.500,00 € |
| Personal con sede en España | 22.470,96 € |
| Costos directos totales de personal | 52.000,96 € |
| | |

| Otros costos directos | TOTAL |
|---|---------------------|
| Copas Menstruales Ruby Cup (Donación, descuento al final) | 43.200,00 € |
| Equipos, materiales y suministros | 29.127,00 € |
| Transporte internacional de personal y material | 5.400,00 € |
| Transporte local de personal y materiales | 3.840,00 € |
| En el Campo de Alimentación / Alojamiento y TOT | 8.590,00 € |
| Gastos Financieros, Contribuciones e Impuestos en España | 6.400,00 € |
| Impuestos en Nepal | 766,30 € |
| Auditoría y Evaluaciones Finales | 3.100,00 € |
| Total de Otros Costos Directos | 100.423,30 € |
| | |
| (A) Costos Directos | 152.424,26 € |
| | |
| Costos Indirectos | TOTAL |
| Solicitante/Entidad Agrupada | 15.242,43 € |
| (B) Costos Indirectos | 15.242,43 € |
| | |
| (A) + (B) Cantidad Total | 167.666,69 € |
| (c) Cantidad donada en tiempo/experiencia/materiales | 53.700,00 € |
| (A) + (B) - (C) Cantidad Total | 113.966,69 € |

TRANSPARENCIA DE LAS DONACIONES

8.1. ¿DE DÓNDE CONSEGUIMOS LOS FONDOS?

La cofundadora y presidenta de *be artsy* 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 sobre el trabajo *be artsy* en Nepal ha sido completada. Esperamos que esta película nos ayude a conseguir fondos para *be artsy* y futuros proyectos.

Durante 2020, *be artsy* puede recaudar fondos de forma privada 15.289 € euros durante un momento difícil. *be artsy* espera que haya una mejor publicidad después de 2020, ya que Clara estaba haciendo programas de concientización virtuales por todo el mundo (virtualmente). **Esperamos** que se puedan **recaudar 20.000 euros adicionales en 2021.**

Actualmente, hay 1 Fundación social catalana ([fundació Barbarà Solidària](#)) interesada en apoyar *be artsy* por nuestro buen trabajo. Es posible que recibamos la parte 2020 y 2021 juntas para el proyecto 2021. Eso puede ser 30.000 €.

Otro ayuntamiento social de la ciudad de **Abdera** está abierto a colaborar con alguna parte de los proyectos *be artsy*. Eso puede ser de 3.000 €.

Nuestro socio **ROKPA** continua ayudando a *be artsy* como años anteriores con 10.000 Swiss Franc (**aprox: 9,279 Euro**).

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.

Nuestro socio local (**Be artsy Nepal**) podrá recaudar algunos fondos del Gobierno local y de donantes privados en Nepal.

Nuestro socio **Ruby Cup** tiene plena confianza en nuestro trabajo y está dispuesto a donar más copas, *be artsy* no va a pedir más copas hasta que terminemos con las que tenemos y el precio de mercado de las **1800 copas** sean **43.200 Euros**.

Es posible que tengamos una donación de **5000 Copas menstruales de una empresa estadounidense para mujeres** (madres) en Achham, que nos permitirá hacer lo que hemos querido hacer desde el primer día del proyecto: cuando las madres y otras personas estén

usando copas menstruales y tengan la sensación de estar limpias, puede ayudar a acabar con la tradición. El precio de mercado de las **copas** menstruales estadounidenses sería de 80.000 euros. *Be artsy* solo aceptará la donación si tenemos suficiente dinero para implementar el Proyecto.

***be artsy* quiere tener un gran impacto en la vida de las mujeres en Achham y se asociará con la WTO (World Toilet Organization) en un proyecto de empresa social y un centro de formación en Achham. Este modelo de empresa social ayudará a las mujeres y a los que abandonaron la escuela a obtener ingresos y brindará sostenibilidad en el Proyecto Rato Baltin.**

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

8.2. POR QUÉ CREEMOS EN LA IMPORTANCIA DE NUESTRO TRABAJO

Sabemos que es importante estar activo en Nepal Occidental y crear conciencia sobre el impacto negativo de la práctica de Chhaupadi **para evitar más muertes de chicas en el futuro**. Por lo tanto, *be artsy* quiere que las mentoras trabajen activamente con las chicas y las mujeres en cada pueblo.

***be artsy* quiere crear un gran impacto en las mujeres Achhamí. ¡Queremos empoderarlas NO a través de donaciones caritativas, sino mejorando sus vidas y luchando contra la pobreza menstrual!**

Sabemos que el presupuesto de 2021 es más grande de lo que se planeó en él, pero *be artsy* es cada vez más mejor y se está expandiendo con más profesionales. Estamos confiados que estamos en el camino correcto para acabar la pobreza y la mala higiene de las chicas y mujeres en el Nepal Occidental. Nuestros resultados siempre han sido positivos y alentadores. **Nuestra Presidenta Clara planea estar activa todo el año en Achham**, y continuará educando en la zona y ayudando a las formadoras.

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

Nuestro trabajo ha empezado a conocerse en todo el mundo. Puedes encontrar más información 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 será recaudado o manejado de forma aparte. Para este proyecto de teatro social se solicitará crowdfunding o subvenciones. Es lo importante para el futuro proyecto de *be artsy*.

8.4. PROYECTO EDUFEM

be artsy también cuenta con el proyecto EDUFEM, el cual está relacionado con el proyecto Rato Baltin, ya que las beneficiarias son nuestras mentoras. *be artsy* patrocina a chicas que querían continuar su educación, pero tenían dificultades financieras. *be artsy* pago **por los gastos escolares, alojamiento, uniformes, comida, etc., para evitar que las chicas se vieran obligadas a casarse demasiado pronto**. Cuando se hayan graduado o están de vacaciones ellas trabajan para *be artsy* como mentoras y movilizadoras sociales.

El presupuesto de este proyecto no está incluido en el Proyecto Rato Baltin. Se realiza por separado a través de una vía de financiación.

8.5. PROYECTO HAPPY WOMEN

be artsy está trabajando para lograr un gran impacto en la vida de las mujeres en Achham. Nos estamos asociando con la OMC (Organización Mundial del Retrete) en un proyecto de empresa social y estableciendo un centro de capacitación en Achham. Esto ayudará a las mujeres y las chicas que no están en la escuela a obtener ingresos y, al mismo tiempo, hará que el Proyecto Rato Baltin sea más sostenible. El propósito de este proyecto es lograr algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU a través de enseñar a las mujeres a pescar mediante el aprendizaje de una nueva habilidad y, finalmente, romper con la pobreza de menstruación y la desigualdad de género.

El presupuesto del Proyecto Happy Women no está incluido en este reporte como el Proyecto EDUFEM. Se llevará a cabo una recaudación de fondos separada para ejecutar este proyecto.

SEGUIMIENTO DEL PROYECTO Y EVALUACIÓN

Para monitorizar el bienestar y el cambio de comportamiento de las participantes que recibieron las Ruby Cup dadas, las mentoras y formadoras de *be artsy* llevarán a cabo visitas mensuales de seguimiento. Se animará a las chicas a preguntar cualquier cuestión después de utilizar las copas. Si ya no las están utilizando o dudan en usarlas, las movilizadoras sociales voluntarias (nuevas mentiras) 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 e inspirar confianza en el programa. También permitirá a *be artsy* evaluar la ejecución del programa, y romper con la práctica de Chhaupadi.

Para evaluar el impacto del proyecto del 2021, 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.

Esta evaluación nos permitirá reflexionar en los efectos del proyecto 2021 y utilizar las lecciones aprendidas en acciones futuras.

En diciembre de 2021, las formadoras de Achham y los jefes de grupo realizarán la evaluación final e investigaciones del impacto de los últimos 3 años después de la implementación del proyecto.

Be Artsy Nepal asumirá el rol de líder en la evaluación del proyecto para asegurar una perspectiva no sesgada de los resultados y determinar la efectividad del programa. La recogida de datos se hará in situ con Kobotool, una app que permite al personal de Achham recabar información en áreas remotas con o sin una conexión a internet.

<https://www.youtube.com/watch?v=70Krb88Fzr0>

