

INFORME RESULTADOS PROGRAMAS CONJUNTOS

Sección I: Identificación y Situación del Programa Conjunto

a. Identificación y Datos Básicos del Programa Conjunto

<p>Fecha de Presentación: 21 de setiembre 2010 Presentado por: Nombre: Susan McDade Cargo: Coordinadora Residente Organización: ONU Información de contacto: susan.mcdade@one.un.org</p>	<p>País y Ventana Temática</p> <p>URUGUAY</p> <p>CULTURA Y DESARROLLO</p>
<p>N° Proyecto Atlas del FFMD: 67173 Cargo: Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay (Viví Cultura)</p>	<p>Periodo del Informe: Agosto 2009 - agosto/2010 Duración del Programa: 8/2008-7/2011</p>
<p>Organizaciones de la ONU Participantes</p> <p>ONUDI PNUD UNESCO (líder) UNFPA UNICEF UNIFEM</p>	<p>Socios para la Ejecución¹</p> <p>Dirección Nacional de Cultura – Ministerio de Educación y Cultura (DNC-MEC) Dirección Nacional de Pequeñas y Medianas Empresas – Ministerio de Industria, Energía y Minería (DINAPYME – MIEM) Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP)</p>

¹ Por favor incluya en la lista a todos los socios que trabajan efectivamente en la ejecución del programa (ONG, Universidades, etc.). Si el espacio no es suficiente por favor anexe la lista.

Resumen Presupuestario Estimado		
Presupuesto Total Aprobado hasta la fecha (incluye avance de formulación y costos indirectos de 7%)	ONU DI	1.005.651
	PN UD	556.317
	UNESCO	1.166.128
	UNFPA	213.968
	UNICEF	213.968
	UNIFEM	213.968
	TOTAL	3.370.000
Presupuesto Total Transferido hasta la fecha (incluye avance de formulación y costos indirectos de 7%)	ONU DI	671.211
	PN UD	380.642
	UNESCO	789.662
	UNFPA	147.264
	UNICEF	132.605
	UNIFEM	147.510
	TOTAL	2.268.894
Presupuesto Total Comprometido hasta la fecha	ONU DI	529.176
	PN UD	201.784
	UNESCO	716.409
	UNFPA	99.364
	UNICEF	128.155
	UNIFEM	125.284
	TOTAL	1.800.172
Presupuesto Total Desembolsado hasta la fecha	ONU DI	423.448
	PN UD	121.673
	UNESCO	494.013
	UNFPA	74.419
	UNICEF	79.998
	UNIFEM	85.292
	TOTAL	1.279.014

BENEFICIARIOS

Beneficiarios Directos

Indicar Tipo de Beneficiario	No. Instituciones	No. Mujeres	No. Hombres	No. Grupos Étnicos
Gobierno	DNC- MEC/DINAPYME - MIEM/INMUJER ES-MIDES			
Sociedad Civil	Sectores de la música, editorial y artesanías			
Conglomerados		8	12	
Artesanías		291	111	
Incubadora		21	16	
Usinas		252	289	
Fábricas		102	9	
Mediadores culturales		15	12	
Formación niños y adolescentes		553	632	
Mesas de diálogo (exhibición y debate de películas)		1255	934	
Seminarios		266	151	
Total		2763	2166	

Beneficiarios Indirectos

Indicar Tipo de Beneficiario	No. Instituciones	No. Mujeres	No. Hombres	No. Grupos Étnicos
Gobierno	Gobiernos departamentales			
Sociedad Civil	Universidad de la República/ CLAEH/ IPRU/Asociacione s de músicos/Gestoras de derechos de autor/ Cámaras empresariales /Fundasol			
Ciudadanos*				
Total				

- *Los ciudadanos/as que se han o que se beneficiarán de manera indirecta no se pueden estimar. Este tipo de beneficiario no puede ser medido sino en el largo plazo.
- Repasando producto por producto se puede afirmar lo siguiente:
 - En los Conglomerados serán el conjunto de empresarios/as que conforman la cadena de valor del sector.
 - En las siete Usinas se verán beneficiadas las comunidades del entorno, y el conjunto de las ciudades.
 - Lo mismo en relación a las Fábricas.
 - En cuanto a los Proyectos de Mediadores se benefician los/as integrantes de los proyectos, sus comunidades y el público en general al hacer difusión pública de sus ideas, actividades, logros y resultados.
 - Relativo al portal de la cultura y las mujeres serán beneficiarias todas aquellas mujeres que sean usuarias del mismo. Esta situación se puede observar en el Portal Uruguay Cultural, donde se benefician todos/as los ciudadanos/as que lo utilizan.
 - Con la Cuenta Satélite de la Cultura (CSC) se beneficiarán todas las instituciones que desarrollen política cultural, ya sea a escala global del país, o a escala institucional.
 - Con la Red de profesionales y académicos/as de la cultura, se beneficiarán todos los/as profesionales que integren o utilicen la Red a nivel nacional y regional. La misma busca incluir también a los artesanos, los participantes de los conglomerados y públicos académicos.

Caracterización de las poblaciones beneficiarias del PC y su relación con el Desarrollo

Efecto I: Conglomerados e incubadora de empresas culturales

La población objetivo está compuesta por los/as pequeños/as empresarios/as de los sectores de la música, editorial y artesanía, y de manera escasa algunos/as empresarios/as de otros sectores de las industrias culturales que participan en la incubadora. La misma está integrada por un grupo heterogéneo que comparte conocimiento sobre su sector, muchos de ellos son pequeños y medianos empresarios. La mayoría de ellos se han manejado de manera más amateur o intuitiva y muchas veces en forma individual o en grupos pequeños. En cuanto a la incubación se ha intentado que esta iniciativa llegue tanto a empresas culturales “emprendedoras” de Montevideo y del interior del país. Se han priorizado empresas de rubros variados y diversos. Muchos son productos o necesidades identificadas en las diferentes áreas y en estrecha relación con su entorno (audiovisuales, talleres de arte, títeres, fotografía, danza, artesanías).-

El PC en este caso apunta a la profesionalización del sector. De forma específica para los proyectos que se incuban, y de manera general para las empresas que forman parte de los conglomerados y del sector artesanías. En estos últimos casos, una parte importante del programa apunta a potenciar la experiencia exportadora de los sectores.

La promoción de estos sectores en el contexto de la ventanilla Cultura y Desarrollo se debe de analizar desde dos perspectivas. En primer lugar con la perspectiva de desarrollo de Mipymes

innovadoras, las que generan empleo de calidad, con alto nivel de formación, y con alto valor agregado, que promueven la innovación tecnológica y la inserción internacional del país. Desde la perspectiva cultural, esta política de carácter industrial, se ve reforzada por el componente simbólico intrínseco a cualquier bien cultural. En este sentido, el fortalecimiento y crecimiento económico de estas empresas contribuye de manera directa a reforzar las identidades nacionales y locales, la cohesión social, y la autoestima, elementos todos que ayudan a la integración social y de manera indirecta a mitigar la pobreza. Por otra parte, las exportaciones de servicios culturales, además de los ingresos generados, como cualquier otra industria exportadora, amplía la imagen país, favoreciendo la inserción internacional en términos generales, y como tal también tienen una influencia indirecta en el crecimiento económico en la mitigación de la pobreza.

Efecto II: Usinas; Fábricas; Niños y adolescentes; y poblaciones vulnerables

Usinas. La población objetivo de cada usina es la población próxima a la localidad en la que se instala. Con su instalación y posterior equipamiento se busca el acceso y disfrute a bienes y servicios que en general son de alto coste y difícil acceso de poblaciones objetivo. (Tecnologías para producir productos musicales y audiovisuales)-.

Así, las dos Usinas instaladas en Montevideo se ubican en zonas próximas a poblaciones de contexto crítico, aunque conviven también con poblaciones de mayores ingresos. El perfil de los usuarios de estas Usinas es de jóvenes de la localidad, de bajos ingresos, que sentían la necesidad de expresar y transmitir su situación. Las Usinas localizadas en el interior, tiene que ver, no sólo con la población de contexto crítico, sino con la población de las ciudades seleccionadas que en general no tiene acceso a los servicios que proporcionan las usinas. En primer lugar, estas experiencias permiten, por parte de la población objetivo, ejercer derechos culturales prácticamente inexistentes con anterioridad a la fundación de las usinas. En cualquier caso, las experiencias realizadas han generado obras que han permitido a los protagonistas, generar un proceso de realización y poder difundir su trabajo. Este trabajo se realiza siempre en equipo, y de cada obra son varias las personas participantes. Sólo el hecho de haber participado en la elaboración de obras les genera la sensación de haber pasado a ser “alguien”, aumentando la confianza de las personas que han trabajado en las obras, incrementando la autoestima, fortaleciendo la identidad del grupo y del grupo con la localidad. Adicionalmente, se ha incrementado la formación de la población beneficiaria, la cuál podría ser canalizada para futuros emprendimientos de las industrias culturales. Esta acción tiene una relación directa con la cultura y el desarrollo. El fortalecimiento identitario, de confianza y aumento de la autoestima de los grupos poblacionales de contexto crítico, o de aislamiento como es el caso de la población del interior, apunta directamente a la cohesión social, y por lo tanto a mejorar la relación de esa población con su entorno (disminuir índices de violencia intrafamiliar y social), genera una mayor integración social (disminuir índices de deserción escolar), incrementar la formación (aumentar la probabilidad integración laboral).

Fábricas. La población de las fábricas son adultos de ambos sexos, aunque con mayor cantidad de mujeres, de bajos ingresos, sin posibilidades de inserción laboral. El aprendizaje del oficio, y luego la participación de cada persona en el emprendimiento cooperativo permite la realización personal de estas personas. En primer lugar, de por si la posibilidad de su inserción laboral; en

segundo lugar, la selección del oficio elegido promueve la realización de las personas, y al mismo tiempo las fábricas generan empleos de calidad y con alto valor agregado; estos tres elementos generan una mayor autoestima en las personas, logran formar una identidad grupal, y por lo tanto una mejora sustancial en su calidad de vida. No obstante, se ha observado a través de la experiencia previa que sería valioso acompañar a estos grupos en escalón más de su formación, brindándoles capacitación que vaya más allá del aprendizaje de un oficio, con una visión más abarcadora y que tienda a una formación más empresarial fortaleciendo a estos grupos en otros aspectos sustanciales para asegurar la sostenibilidad de estas iniciativas. En la planificación del Año III, con estas iniciativas se estarían transversalizando las temáticas y complementando los efectos.

Poblaciones vulnerables. La población objetivo son las personas privadas de libertad, las que están internados en hospitales psiquiátricos, y gente en situación de calle. La posibilidad de estas personas accedan a los derechos culturales, permite tener un espacio de entretenimiento, de aprendizaje, y de desarrollo de capacidades que mejoran su calidad de vida, y facilitan una futura inserción social. En estos casos se imparten cursos de narrativa, canto y coro, plástica.

Formación de niños y adolescentes. La población objetivo son estudiantes de escuelas primaria y secundaria situadas en localidades urbanas o rurales de contexto crítico. Estas/os niñas/os y jóvenes participan de talleres aprendiendo algún tipo de expresión artística como canto, artes plásticas, danzas, comic, etc. Promueve el desarrollo de estas personas en cada uno de las artes seleccionadas, les da posibilidades de acceso a bienes y disfrute que sin el PC no lo tendrían, posibilitan una mejor integración a su entorno, ya sea la familia, el barrio, y en su ámbito escolar; posibilitando también una mejor integración social, y una mejora futura de su calidad de vida. En la mayoría de los casos se intenta que estas iniciativas se realicen en lugares públicos de concentración social importantes a nivel simbólico para estas poblaciones.

También se generó el espacio “Creadoras” que consiste en una serie de actividades que, además de *transversalizar* la perspectiva de género y articular las actividades orientadas a la equidad de género del programa conjunto Viví Cultura, abre un proceso participativo para la creación de una agenda uruguaya que amalgame y ponga a dialogar a los y las protagonistas de la cultura en clave de género.

Efecto III: Fortalecimiento institucional; Portal de la cultura; Seminario sobre Ley de medios; Estudios sobre regionalización de la cultura; Fortalecimiento del DICREA; Cuenta Satélite de Cultura; Red de profesionales y académicos de la cultura.

Excepto el Portal de la Cultura, que es un elemento de comunicación dirigido a profesionales, gestores y público en general interesado en la cultura del Uruguay, ya sean residentes, o personas del extranjero; el resto, son todos instrumentos dirigidos a fortalecer distintas instancias en la generación y gestión de las políticas culturales.

El fortalecimiento del DICREA tiene por objetivo mejorar su capacidad para generar información y para gestionar los programas vinculados a las industrias creativas como ser los conglomerados de la industria editorial y musical; el seminario para discutir la forma de integrar ficción uruguaya a la TV. Este seminario fue utilizado como insumo para generar un proyecto de Ley

que promueve, mediante diferentes mecanismos, los contenidos culturales nacionales en cine, radio y televisión. Los estudios sobre regionalización y nueva institucionalidad de la cultura tiene que ver con la discusión en el Uruguay sobre como racionalizar y fortalecer una institucionalidad débil heredado de años de ausencia de políticas culturales a escala nacional.

La Cuenta Satélite de Cultura permitirá la generación y sistematización de información estadística de vital importancia para poder diseñar, gestionar y evaluar las políticas públicas, pero también servirá a los agentes privados de la cultura a los efectos de diseñar sus estrategias de posicionamiento en el contexto del sector cultural.

Por último, la Red de profesionales, trabajadores y académicos de la cultura tiene por objetivo articular desde el punto de vista académico y profesional a todos los actores públicos y privados del ámbito nacional, primero, y posteriormente en su ámbito regional e internacional. Además, desde el Espacio “Creadoras” se está trabajando para integrar la perspectiva de género en los emprendimientos culturales gestionados por la DNC dentro del Proyecto “Viví Cultura”.

b. Marco de Seguimiento y Evaluación (SyE) del Programa Conjunto

Se presenta información en Anexo A.

c. Marco de Resultados del Programa Conjunto con Información Financiera

Se presenta en Anexo B.

SECCIÓN II: Progreso del Programa Conjunto

a. Descripción del Progreso, Obstáculos y Medidas Adoptadas

Evaluación general del progreso de los productos y resultados previstos del programa para el periodo cubierto por el informe.

Progreso en productos y resultados:

Conglomerados. Los conglomerados terminaron con éxito su primera etapa, de elaboración de sus planes estratégicos. En esta segunda etapa se han realizado estudios de viabilidad de proyectos estructurantes –aquellos que benefician a todo el sector, como la Agencia de exportación de música; o la Oficina de difusión del libro; también se realizaron los primeros llamados a proyectos de redes, es decir proyectos de privados que como requisito deben cumplir tener una asociación de cómo mínimo tres empresas y que su proyecto se alinee con la estrategia previamente definida en el Plan estratégico. En el sector de la música se aprobaron cuatro proyectos y en el editorial ninguno. Se encontraron algunas dificultades en estos llamados que pretendemos sean lecciones aprendidas a superar en los próximos. Por la escasa cantidad de proyectos aprobados –fundamentalmente en el sector editorial, se ha convocado (julio y setiembre 2010 respectivamente) al segundo llamado en ambos sectores y se intentará dinamizar la implementación de los proyectos estructurantes pendientes de realización. Se detecta así mismo cierta debilidad del público objetivo para la elaboración de proyectos colectivos. En este sentido, se está planteando la posibilidad de impartir capacitaciones concretas para mejorar las propuestas.

Otra dificultad encontrada se relaciona con que este programa replica la metodología que se lleva adelante por el Programa de Conglomerados y Cadenas Productivas (PACC) (OPP) en otros conglomerados. Como estrategia para que los privados se comprometan con el programa se impone que los mismos inviertan el 20% del valor de la inversión en proyectos estructurantes. En ninguno de los dos conglomerados se ha encontrado la forma de que los privados de forma colectiva realicen este aporte. Tanto las dificultades que se han registrado en las convocatorias de los proyectos de redes, como la dificultad mencionada en proyectos estructurantes ha generado un retraso importante en los niveles de ejecución.

En relación a la implementación de la transversalización de género en los procesos productivos se realizó el seminario "Género en la cultura, un asunto en disputa" que contó con la participación de autoridades nacionales, profesionales y académicos/as de la cultura y feministas de la sociedad civil organizada, una actividad de sensibilización y en estos momentos se está elaborando una Guía de recursos para trabajadoras de la cultura.

Artesanías. Los resultados del sector artesanal son los de mayor avance de todo el PC. Su nivel de ejecución va por encima de los plazos previstos; lo que se refleja en la evolución de sus productos y resultados. Se ha terminado con el Plan estratégico; cientos de artesanos/as uruguayas/os ha participado en 13 de las 15 ferias internacionales programadas para los años

2009 y 2010. La evaluación de los artesanos es que este el apoyo del PC ha sido esencial para posibilitar su inserción internacional. Asimismo, se han realizado tres de los cuatro encuentros –talleres de diseño para realizar nuevas líneas de productos. Los artesanos a través de distintos medios han manifestado lo importante de estos apoyos tanto para mejorar sus diseños, como para incrementar su nivel de ventas. En este marco, se avanzó en la incorporación de la perspectiva de género en las líneas y acciones establecidas en el Plan Estratégico para la mejora del diseño, producción y comercialización de artesanías. Sobre la mejora de la comercialización se está trabajando específicamente en el relevamiento de la información para luego hacer un análisis de género de la misma. Por último destacar que cada uno de los encuentros regionales fue diseñado incorporando la perspectiva de género.

Incubadora. La incubadora está prácticamente por terminar el proceso de incubación de la primera promoción de emprendedores. Todos los inscritos terminaron de forma satisfactoria el curso de formación, y 10 de ellos tienen los planes de negocio terminados, encontrándose todos/as ellos/as dispuestos a entrar en la tercera etapa de monitoreo en el desarrollo del emprendimientos (tutorías). Los emprendedores que fueron consultados han evaluado el programa como sumamente útil para sentirse mucho más seguro con el emprendimiento, y para tener una visión estratégica que facilitará el éxito del mismo. Por otra parte se han hecho dos convocatorias para la segunda promoción de emprendedores. Esta convocatoria se hizo sólo para emprendedores del interior del país. Esto, en la segunda convocatoria, generó dificultades de comunicación que fueron subsanadas en la tercera convocatoria. En el mes de agosto se seleccionan 16 emprendedores los que se suman a los 8 que habían sido seleccionados en la convocatoria anterior y que por su escaso número no había sido posible organizar un curso. El curso se inició el pasado 27 de agosto en las instalaciones de FUNDASOL y se desarrollará por, aproximadamente, dos meses en régimen de 12 hs. semanales. Por tratarse de una convocatoria dirigida a emprendedores del interior del país, Viví Cultura, apoya también con los gastos de traslado, alojamiento y manutención.

Usinas. Se encuentran instaladas y en funcionamiento pleno, las Usinas de Salto (Salto), Treinta y Tres (Treinta y Tres), Casavalle (MVD) y Cerro (MVD), y la recién instalada Usina de Castillos (Rocha) que ya está también en pleno funcionamiento. Todas han realizado convocatorias a proyectos que ha reunido múltiples propuestas, poniendo de manifiesto una demanda que se encontraba insatisfecha, justificando desde un principio el nivel de inversión. Las obras realizadas por los beneficiarios han sido de las más diversas. En audiovisual, se han realizado varios documentales que reflejan la situación de la población beneficiaria, como por ejemplo un documental sobre la conformación de una cooperativa de recicladores de basura, que se muestran felices y orgullosos, y se ponen como ejemplo para promover con otros recicladores de basura, la oportunidad que genera su nueva forma de organización laboral. Así se podría contar también cómo las personas que realizaron cortos de ficción, que trabajaron con un gran equipo se sienten absolutamente orgullosos de su trabajo y con su obra. Con grabaciones de maquetas musicales se han obtenido también resultados asombrosos a escala social. Varias de las piezas han sido emitidas por la radio, lo que genera el posicionamiento social de artistas de poblaciones de contexto crítico que de otra forma hubiera sido imposible que su música se integrara en los medios. Próximamente, con los fondos del proyecto, se espera equipar cuatro usinas adicionales. Asimismo, para la integración de la perspectiva de género en los

emprendimientos gestionados por la DNC dentro del PC se están coordinando acciones con el Observatorio Universitario de Políticas Culturales de la UDELAR para el desarrollo de una investigación donde se analizarán los imaginarios y consumos culturales de las mujeres en Uruguay, así como la percepción que tienen las mujeres que trabajan en el sector.

Fábricas. Actualmente existen tres fábricas financiadas por el programa. Sin embargo hay cuatro que no pertenecen al programa, que han superado la parte de formación, y se encuentran en la primera etapa de comercialización de sus productos. Por este motivo, y para fortalecer su proceso de inserción en el mercado, ya han sido seleccionadas para ser incubadas dentro del PC transversalizando y complementando así los efectos I y II. Durante el año 2010 (agosto) el PC apoya el desarrollo de cuatro nuevas fábricas capacitando en vestimenta y turismo, cerámica y diseño industrial.

Poblaciones vulnerables. Han comenzando a trabajar los talleres artísticos (canto, coro, plástica y narrativa) para personas privadas de libertad y hospitales, y se ha inaugurado el Centro Cultural para gente en situación de calle. Se esperan que se integren unas 50 persona a los talleres que funcionan en cada una de las áreas. Por su parte, si bien el Centro Cultural Urbano (para gente en situación de calle) se acaba de inaugurar, aún no está estimado cuantas personas podrían participar.

Formación de niños/as y adolescentes. Ya se han puesto en funcionamiento todos los talleres previstos durante el año 2010. Cinco en Montevideo, y seis en el interior. Observando la experiencia que se desarrolló durante el año pasado, se constata que los niños y adolescentes que participan mejoran su relación con el entorno familiar, social y escolar, aumentan su capacidad de comprensión, además de aprender instrumentos para un mejor desarrollo futuro, y por su puesto disfrutar de la participación del taller.

Portal de la Cultura. Se encuentra en pleno funcionamiento desde el año I. Se ha consolidado como una fuente imprescindible de información de carácter cultural en el país. Pasando a integrarse al presupuesto de la Dirección Nacional de Cultura.

Estudios de regionalización. Se han terminado los cuatro informes de avance; con muy buena recepción por parte de las autoridades de la DNC.

Fortalecimiento del Dicrea. El Departamento de Industrias Creativas cuenta con tres asistentes financiados por el PC. Durante este tiempo de trabajo han desarrollado la página Web del Dicrea (inserta dentro del Portal de la cultura), incorporando la información estadística generada por el Departamento, además de estudios que se han desarrollado durante este lapso. El fortalecimiento ha sido importante a los efectos de permitir el crecimiento del Departamento al mismo tiempo que el mismo participaba de forma imprescindible en los conglomerados que financia el programa.

En el marco de las actividades de sensibilización a las personas sobre la contribución de la cultura al logro de los ODM, Dicrea está llevando adelante un concurso de juguetes no sexista dirigido a estudiantes de carreras de diseño y talleres de artesanía. Asimismo, se realizó con

éxito una muestra con los resultados del concurso de afiches de igual tema en la ciudad de Montevideo, con una asistencia mayor a 50.000 personas. En estos momentos se está trabajando en el montaje de esta muestra en 8 destinos en el interior del país.

Cuenta Satélite de Cultura (CSC). Durante el primer año se realizó un seminario con expertas internacionales, el cuál sentó las bases conceptuales para el desarrollo de la CSC en el Uruguay. Los insumos generados por este seminario, a su vez se utilizaron como elementos imprescindibles para realizar el informe final presentado por el equipo CSC. En él se presentó la metodología, el presupuesto, y la estrategia a seguir para poder culminar en los próximos dos años la primera versión de la CSC en Uruguay. El convenio con el equipo CSC para implementar la elaboración de la CSC durante el año III se firmó a mediados de setiembre con la UDELAR.

Red de profesionales y académicos de la cultura. Durante el año I se terminó de realizar la consultoría que sentó las bases teóricas para el desarrollo de la Red. Durante el año II se ha contratado a la coordinadora de dicha Red, quien está organizando un seminario fundacional de la misma previsto para noviembre 2010, y se está procesando la contratación de un/a asistente para incrementar la capacidad organizativa de la Red (para iniciar sus tareas en octubre 2010). Actualmente están encaminados dos seminarios: en el mes de setiembre (ya realizado con éxito) y noviembre para el lanzamiento oficial y puesta en marcha de la RED. El primer seminario de carácter nacional, se ha llevado a cabo los días 15 y 16 de setiembre, con una instancia de convocatoria abierta, con una mesa representando a los diferentes colectivos (género, jóvenes, interior del país) y el tema principal han sido los Derechos Culturales y los Jóvenes específicamente en una segunda instancia. Se busca como objetivos instalar la discusión, sensibilizar e informar al respecto; y en una segunda instancia trazar líneas de trabajo para la temática. El seminario del mes de noviembre será de carácter internacional con invitados de la región que son expertos en las temáticas de los Derechos Culturales.

¿Hay dificultades para la ejecución? ¿Cuáles son las causas de esas dificultades? Por favor, marque la casilla más apropiada.

- Coordinación de las agencias de la ONU
- Coordinación con el Gobierno
- Coordinación dentro de(l)/los Gobierno(s)
- Administración (Contratos públicos, etc.) /Finanzas (gestión de fondos, disponibilidad, revisión de presupuestos, etc.)
- Gestión: 1. Gestión de actividades y productos 2. Gobernanza/Toma de decisiones (CGP/CDN) 3. Rendición de cuentas
- Diseño del Programa Conjunto
- Externas al Programa Conjunto (riesgos e hipótesis, elecciones, desastres naturales, descontento social, etc.)
- Otras. Especificar:

Describa brevemente (150 palabras) las principales dificultades a las que se enfrenta el Programa Conjunto.

Limite su descripción al progreso realizado en comparación con lo planificado en el documento del Programa Conjunto.

Procure describir los hechos sin interpretaciones ni opiniones personales.

1. Coordinación de las agencias: compra conjunta y armonización de procedimientos.
2. Gestión: planificación, acotar el marco de resultados, ha habido muchos cambios que no estaban en la matriz de ejecución, esto ha traído problemas en la gestión del proyecto. Desfasaje en los tiempos en las tomas de decisiones de instituciones heterogéneas con lógicas de gestión y protocolos diferentes.
3. Diseño de Plan Conjunto: mostró no ser flexible en la planificación para ajustarse a la realidad. La elaboración de los planes de trabajo anual ha pretendido suplir esta carencia en la formulación inicial.
4. Comunicación interna y externa: Para un proyecto de esta índole, con tantas contrapartes y Agencias, ha sido difícil establecer y respetar un protocolo de comunicación. Se ha diseñado una estrategia de comunicación convenida entre todas las partes y llevada adelante por todos los y las comunicadores/as de los socios (ver anexo D). Dicha estrategia fue aprobada en el último Comité de Gestión del Proyecto en el mes de agosto. El PC ha contratado dentro de la UDC a una comunicadora que está facilitando los procesos de comunicación interna y colabora estrechamente con el resto para con la estrategia de comunicación/incidencia del PC.
5. Ceses del coordinador del proyecto y la asistente técnica. Al día de hoy ya fueron contratadas dos nuevas personas para esos cargos. Por esta razón se ha visto un pequeño rezago en el cierre del AÑO II e inicios del AÑO III.

Nota: en el informe previo se mencionó que había habido problemas de coordinación con el Gobierno debido a la integración de nuevas autoridades pero éstas ya han sido superadas.

Describa brevemente (150 palabras) las principales dificultades de origen externo (no causadas por el Programa Conjunto) que están retrasando su ejecución. Procure describir los hechos sin interpretaciones ni opiniones personales.

Externas al programa. El proceso electoral uruguayo ocupó el segundo semestre del año 2009 y el primero del 2010, generando un proceso de enlentecimiento en el Sector Público en la toma de decisiones y de incertidumbre en la definición de las nuevas autoridades. Una vez definidas las nuevas autoridades que asumieron el 1º de marzo, la actividad principal pasa a ser la definición del presupuesto quinquenal.

Describa brevemente (150 palabras) las acciones previstas para eliminar o atenuar las dificultades de origen interno y externo descritas en los cuadros anteriores. Procure ser específico en la respuesta.

1. Coordinación de las agencias: Las agencias están trabajando muy coordinadamente en reuniones multilaterales tratando temas de ejecución/gestión y de planificación junto a las contrapartes nacionales y la UC. Se ha estado trabajando conjuntamente para la definición estratégica del PAT del año III. Si bien la compra conjunta fue compleja, cabe resaltar que se está progresando y ya se ha realizado la primera tanda de compra de artículos. Por otro lado, se está también trabajando en la armonización de procedimientos en el marco de los proyectos conjuntos de segunda generación del Fondo de Coherencia.
2. Para solventar los problemas de diseño y gestión, el PC contrató una consultora externa que apoyó durante dos meses en la concreción del Plan Anual de Trabajo del segundo año así como la matriz de resultados e indicadores. El trabajo también sirvió para dejar las bases del plan operativo del tercer año.
3. El proyecto recibió la misión de evaluación de medio término y el Comité de Gestión está casi en su totalidad de acuerdo con las recomendaciones pertinentes las cuales se verán reflejadas en el PAT III y en el plan de mejora.
4. Se ha consensado un Plan de Mejora atendiendo a las recomendaciones del Fondo ODM de acuerdo a la Evaluación de Medio Término.
5. En la actualidad los responsables de comunicación de las contrapartes, agencias junto a la UC han diseñado conjuntamente una estrategia de comunicación e incidencia.
6. En la Planificación del AÑO III se están incorporando las recomendaciones en cuanto a la transversalización e integración de los Efectos.
7. Ha aumentado la frecuencia de los Comités de Gestión para la discusión de líneas estratégicas del PC aportando celeridad y vitalidad a las actividades dentro del Proyecto.

b. Coordinación Interagencial y Unidos en la Acción

¿Existe alineamiento entre el Programa Conjunto y el MANUD? Por favor seleccione la respuesta apropiada

Sí No

En caso negativo, ¿el programa Conjunto se alinea con las estrategias nacionales? Por favor seleccione la respuesta apropiada

Sí No

¿Qué tipos de mecanismos de coordinación y decisiones se han adoptado para garantizar un proceso y un cumplimiento conjuntos?

¿Existe coordinación entre los distintos programas conjuntos funcionando en el país?

Por favor, explique y añada cualquier otro comentario relevante que considere necesario:

El Comité de Gestión es el mecanismo de coordinación entre las agencias y las entidades del gobierno participando también la OPP y la OCR. Concretamente, por parte de Gobierno, el liderazgo lo lleva la DNC quienes participan activamente en el Comité de Gestión. Interagencialmente, se han establecido reuniones de las agencias para coordinar estrategias y procesos administrativos comunes para el proyecto conjunto. En relación con los otros 12 proyectos conjuntos (financiados por el Fondo de Coherencia de Uruguay en la experiencia piloto “Unidos en la Acción” (DaO)), se han establecido mecanismos de coordinación por parte del gobierno (en la OPP) y por parte del sistema (con apoyo de la OCR). Dentro del Departamento de Cooperación Internacional de la OPP, la Unidad de Coordinación para el piloto “Unidos en la Acción” proporciona la coordinación gubernamental entre los diferentes actores de los proyectos conjuntos. Se han generado espacios en los que los coordinadores de todos los proyectos, la OPP, y la OCR intercambian experiencias, mejores prácticas, lecciones aprendidas, monitoreo y evaluación de los proyectos.

Indicadores	Valor de Referencia	Valor Real	Medios de Verificación	Métodos de Recolección
Número de prácticas de gestión (financiera, contratación pública, etc.) realizadas conjuntamente por	0	Selección de coordinador. Selección de Asistente. Selección de facilitadora.	Actas de selección. Actas del Comité de Gestión.	Unidad de Coordinación y OCR

<p>los organismos de la ONU encargados de la ejecución</p>		<p>Utilización de marco general en la contratación de consultores (escala de remuneración de la OPP).</p> <p>Selección de la agencia de comunicación para el proyecto.</p> <p>Se plantea licitación conjunta de compras de equipamientos.</p>		
<p>Número de tareas analíticas conjuntas (estudios, diagnóstico) realizadas conjuntamente por los organismos de la ONU encargados de la ejecución para los programas conjuntos del F ODM</p>	<p>0</p>	<p>Equipo multidisciplinario.</p> <p>Actualización de plan estratégico del proyecto.</p> <p>Estrategia de Comunicación conjunta.</p> <p>Plan de Mejora</p>	<p>Reporte del equipo multidisciplinario.</p> <p>Plan estratégico.</p> <p>Documento de la Estrategia. Productos de comunicación.</p> <p>Documento del Plan</p>	<p>Unidad de coordinación y OCR.</p> <p>CDGP</p>
<p>Número de misiones conjuntas llevadas a cabo conjuntamente por los organismos de la ONU encargados</p>	<p>0</p>	<p>Visita al terreno, (Usina en Casavalle) junto a DNC, UC, OCR.-</p>		<p>CDGP</p>

de la ejecución para los programas conjuntos del F ODM				
--	--	--	--	--

Rogamos proporcione brevemente información adicional explicando el valor de los indicadores (150 palabras). Procure describir los hechos cualitativos y cuantitativos sin interpretaciones ni opiniones personales.

Las prácticas de gestión conjuntas entre las agencias participantes se refieren a la selección del personal de la Unidad de Coordinación (dado que reportan al Comité de Gestión del Proyecto) así como la facilitadora para la actualización del plan estratégico del proyecto cuyo trabajo se realizó de manera conjunta.

Se discuten conjuntamente los lineamientos estratégicos del PAT III, recomendaciones y Plan de Mejora y Estrategia de comunicación.

También se ha llevado a cabo el proceso de una licitación conjunta de equipos de audio y música para garantizar el acceso al mejor precio para las cinco agencias participantes en el llamado.

Eficacia de la Ayuda al Desarrollo: Declaración de París y Programa de Acción de Accra

¿Están el Gobierno, la sociedad civil y otros socios nacionales involucrados en la ejecución de actividades y en la obtención de productos?

- No están involucrados
- Ligeramente involucrados
- Bastante involucrados
- Totalmente involucrados

¿En qué tipo de decisiones y actividades participa el Gobierno? Marque la respuesta apropiada

- Formulación de políticas/toma de decisiones
- Gestión: Presupuestos Contratación pública Prestación de servicios
- Otras. Especificar.

¿Está la sociedad civil involucrada en la ejecución de las actividades y en la obtención de productos?

- No está involucrada
- Ligeramente involucrada
- Bastante involucrada

Totalmente involucrada

¿En qué tipo de decisiones y actividades participa la sociedad civil? Marque la respuesta apropiada.

Formulación de políticas/toma de decisiones

Gestión: Presupuestos Contratación pública Prestación de servicios
 Otras. Especificar.

¿Están involucrados los ciudadanos en la ejecución de las actividades y en la obtención de productos?

No están involucrados
 Ligeramente involucrados
 Bastante involucrados
 Totalmente involucrados

¿En qué tipo de decisiones y actividades participan los ciudadanos? Marque la respuesta apropiada.

Formulación de políticas/toma de decisiones

Gestión: Presupuestos Contratación pública Prestación de servicios
 Otras. Especificar.

¿Dónde tiene su sede la unidad de gestión del Programa?

Gobierno nacional Gobierno local Organismo ONU Sede propia Otra. Especificar.

Indicadores	Valor de Referencia	Valor Real	Medios de Verificación	Métodos de Recolección
Porcentaje de apoyo de la ONU al sector público dentro del Programa Conjunto recogido en el presupuesto del Gobierno	12% ver informe Lenci	En USD (en miles): 2.102/17.390	Informes de las contrapartes.	Unidad de Coordinación
Porcentaje de la cooperación técnica/asistencia técnica financiada que se ejecuta mediante programas coordinados de fomento de capacidades consistentes con la estrategias de desarrollo del Gobierno	100%	El 100% del PC está alineado con la estrategia del desarrollo de gobierno.	UNDAF, programa Conjunto, estrategia de políticas públicas.	Unidad de Coordinación.

Describa brevemente la situación actual del Gobierno, sociedad civil, sector privado y ciudadanía con respecto a la apropiación, alineamiento y rendición de cuentas mutua de los programas conjuntos. Procure describir los hechos, evitando interpretaciones y opiniones personales.

El PC esta en concordancia con la política pública del gobierno, esto asegura el compromiso de las partes en el proyecto. Se está trabajando en mejorar la comunicación de la estrategia de la DNC para ajustar los esfuerzos.

La sociedad civil que participa, ya sean institutos de enseñanza o ONG, u otro tipo de asociaciones, en general brindan asistencia técnica o de gestión al proyecto, esmerándose en llevarlo delante de forma correcta. La sociedad civil involucrada ha manifestado su total compromiso con el programa; ya sean empresarios/as de los conglomerados, artesanías, o incubadora, fábricas, o ciudadanos/as vinculados/as directamente como los niños/as, o los usuarios de las usinas.

¿Ha formulado el PC una estrategia de incidencia y comunicación para contribuir al avance de los objetivos de sus políticas y los resultados de desarrollo? Proporcione una breve explicación de los objetivos, elementos clave y audiencia a la que va dirigida esta estrategia (máximo 250 palabras).

NO Sí

En la actualidad, se ha desarrollado conjuntamente con las contrapartes y los comunicadores de las agencias, dicha estrategia. Se han establecidos los principales objetivos, los lineamientos estratégicos de la comunicación, se han definido diversos públicos destinatarios, y los productos o soportes en que se materializarán las acciones y cronograma de trabajo. Esta estrategia se aprobó en el Comité de Gestión del pasado 31 de agosto.

¿Al cumplimiento de qué logros concretos definidos en el PC y/o en la estrategia nacional están contribuyendo las iniciativas de comunicación e incidencia?

- Aumento en la concienciación de ciudadanos y gobiernos sobre cuestiones relativas a los ODM
- Aumento en el diálogo entre ciudadanos, sociedad civil, gobiernos nacionales y locales en relación a las políticas y prácticas de desarrollo
- Políticas y legislación nuevas/adoptadas para avanzar en la consecución de los ODM y otros objetivos relacionados
- Creación y /o conexión con redes sociales para avanzar los ODM y otros objetivos relacionados
- Momentos/acontecimientos clave de movilización social que ponen de relieve cuestiones importantes
- Relación con los medios e incidencia
- Otras (usar recuadro a continuación)

¿Cuántas alianzas, y de qué clase, se han formado entre los diversos agentes sociales para promover el logro de los ODM y otros objetivos relacionados?

- | | |
|--|--------|
| <input type="checkbox"/> Organizaciones de inspiración religiosa | Número |
| <input checked="" type="checkbox"/> Coaliciones/redes sociales | Número |
| <input checked="" type="checkbox"/> Grupos ciudadanos locales | Número |
| <input checked="" type="checkbox"/> Sector privado | Número |
| <input checked="" type="checkbox"/> Instituciones académicas | Número |
| <input checked="" type="checkbox"/> Grupos de comunicación y periodistas | Número |
| <input type="checkbox"/> Otras (usar recuadro a continuación) | Número |

Las alianzas se generan a través de los conglomerados, las incubadoras culturales, las usinas y fábricas culturales así como los museos y la UDELAR. La Estrategia de Comunicación prevé un encuentro con periodistas nacionales y regionales para la promoción/visibilidad del PC.-

¿Qué actividades comunitarias lleva a cabo el programa para garantizar que los ciudadanos locales tienen acceso suficiente a la información sobre el programa y a las oportunidades para participar activamente?

- Grupos de discusión
- Encuestas de hogares
- Uso de medios de comunicación locales como la radio, grupos de teatro, periódicos, etc.
- Foros ciudadanos
- Fomento/formación de capacidades
- Otras

- Convocatorias públicas para participar en conglomerados, formación de artesanos e incubadoras culturales.
- En usinas y fábricas culturales sus coordinadores/as realizan una comunicación directa con la población local, como ser: charlas informativas, visitas a los grupos de referencia, etc.
- Actividades artístico- culturales en el marco de usinas y fábricas de la cultura y museos para captar la atención de los/as ciudadanos/as y acercarlos/as a estos espacios culturales.

III. Objetivos de Desarrollo del Milenio

a. Objetivos de Desarrollo del Milenio

ODM 1, 3 y 8	Programa Conjunto: Resultado 1	ODM: Meta	ODM: Indicadores	Programa Conjunto: Indicador
Objetivo 1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	1. La calidad y la competitividad de las industrias culturales han sido fortalecidas	Meta 1.b Lograr empleo pleno y productivo, y trabajo decente para todos, incluyendo mujeres y jóvenes	1.4 Tasa de crecimiento del PIB por persona empleada 1.5 Relación empleo-población 1.7 Proporción de la población ocupada que trabaja por cuenta propia o en una empresa Familiar	Cluster música y editorial en funcionamiento. 4 proyectos de redes aprobados. 1 Participación en 17 ferias nacionales con 112 artesanos y 22 internacionales con 141 artesanos. 430 metros cuadrados en ferias. 358 contactos generales y 45 contactos de primer orden Facturación de \$ U 178.000 en Ferias Nacionales y U\$D 360.000 en Ferias Internacionales
Objetivo 3. Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer.		Meta 3A: Eliminar las desigualdades entre los sexos en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza para el año 2015	3.2 Proporción de mujeres entre los empleados remunerados en el sector no agrícola.	Se han establecido las bases del Plan estratégico del sector artesanal con perspectiva de género. Se ha realizado talleres de diseño. En los que han participado 148 artesanos. En talleres y ferias participaron 30% hombres y 70 % mujeres.

Resultado 2	ODM: Meta	ODM: Indicadores	Programa Conjunto: Indicador
2. El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado	Meta 1.b Lograr empleo pleno y productivo, y trabajo decente para todos, incluyendo mujeres y jóvenes	1.4 Tasa de crecimiento del PIB por persona empleada 1.5 Relación empleo-población 1.7 Proporción de la población ocupada que trabaja por cuenta propia o en una empresa familiar	2. 3 usinas creadas y en funcionamiento 3. 23 Usina Casavalle: 15 proyectos de audio, 8 proyectos audiovisuales finalizados y 14 en proceso. Usina Treinta y tres: 10 proyectos audiovisuales y 9 de audio en proceso. Usina Castillos: (Inaugurada a fines de junio): 5 proyectos en proceso. 4. 541 personas asistieron a las actividades, 47% mujeres y 53% hombres.

Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Resultado 3	ODM: Meta	ODM: Indicadores	Programa Conjunto: Indicador
3. Las capacidades de la institucionalidad cultural han sido fortalecidas.	Meta 8F: En colaboración con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular los de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	8.14 Líneas de teléfono fijo por cada 100 habitantes 8.15 Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes 8.16 Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	1.- Se ha puesto en funcionamiento el Sistema de Información cultural. 2.- En funcionamiento página web del DICREA. 3.- Algunas áreas de la cultura cubiertas con información sectorial. 4.- Se ha comenzado la fase II de la Cuenta Satélite de Cultura. 5.- Ha comenzado la fase II en la Red de profesionales y académicos de la cultura.

1. Se fortalece y apoya el fomento de políticas públicas para una gestión efectiva del patrimonio cultural del país y su sector turístico

1.1. Número de normas, políticas o planes apoyados por el programa dirigidos explícitamente a incorporar la diversidad cultural en las políticas públicas y a fortalecer la capacidad de los gobiernos locales y nacionales para apoyar el sector de la cultura y el del turismo:

Aplicable No aplicable. En este caso, por favor pase a la sección 2

Políticas

Núm. Nacional 4

Núm. Local

Normas

Núm. Nacional 4

Núm. Local

Planes

Núm. Nacional 10

Núm. Local

1.2. Por favor, proporcione una breve información contextual sobre el papel que juegan las normas, políticas o planes y sobre el país/municipio en que el que se van a aplicar (base de partida, fase de desarrollo y aprobación, impacto potencial):

1) **Políticas:** El PC apoya el desarrollo de las industrias creativas (música, editorial y artesanía); la cultura y la inclusión social; el fortalecimiento institucional; y la transversalización de la equidad de género.

1.3. Sectores a los que se dirigen las normas, políticas o planes

- Gestión y conservación del patrimonio natural y cultural
- Infraestructuras turísticas
- Minorías étnicas e interculturalismo
- Industrias culturales
- Sistemas estadísticos y de información sobre la herencia natural y cultural
- Otro. Industrias Culturales

Comentarios. Por favor especifique como el indicador 1.1 se vincula con los sectores seleccionados

Como se explica en el punto 1.2, el PC apoya a las industrias culturales, la cultura y la inclusión social, y el fortalecimiento institucional. Se ha contestado este bloque 1) ya que habla de la diversidad y de la cultura en general. El PC no apoya ni el patrimonio ni el turismo cultural.

1.4. Número de ciudadanos y/o instituciones directamente afectados/as por las normas, políticas o planes Aplicable No aplicable

Ciudadanos

Núm. Total 5.000

Núm. Urbano 4.800

Núm. Rural 200

Instituciones públicas nacionales

Núm. Total 2

Instituciones públicas locales

Núm. Total 10

Núm. Urbano 10

Núm. Rural

Instituciones privadas

Núm. Total 3

Núm. Urbano 3

Núm. Rural

1. Se fortalece y apoya el fomento de políticas públicas para una gestión efectiva del patrimonio cultural del país y su sector turístico

<p>1.5. ² Presupuestos públicos asignados a políticas y programas culturales y de turismo antes de la ejecución del Programa Conjunto (anual)</p> <p>Presupuesto nacional: 15.000.000 \$ USD Presupuesto local: \$ USD <i>(en las localidades donde interviene el PC)</i></p>	<p>Comentarios Corresponde al presupuesto sumado y acumulado de los años 2009 y 2010 de la Dirección Nacional de Cultura (DNC-MEC) y de la Dirección de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas (DINAPYME-MIEM).</p>
<p>1.6. Variación(%)en los presupuestos públicos asignados a políticas o intervenciones culturales y de turismo desde el comienzo del programa hasta ahora:</p> <p>Presupuesto nacional: 30 % En total 13 % Inspirado por el Programa Conjunto</p> <p>Presupuesto local: % En total % Inspirado por el Programa Conjunto</p>	<p>Comentarios El presupuesto 2009 fue de USD 12.476.419 El presupuesto de la DNC creció a una tasa promedio acumulado anual del 75% desde el año 2005 a la fecha. Por su parte, DINAPYME, mantuvo un presupuesto estable. El crecimiento presupuestal de las dos instituciones del año 2009 comparado con el año 2008 fue del 30%. Los fondos del PC generaron un incremento en ese año del 13%</p>

² En cuanto a los indicadores 1.5 y 1.6, la Secretaría reconoce las potenciales dificultades para obtener la información requerida. Por lo tanto, de no estar disponible, aporten por favor una estimación lo más precisa posible. La información solicitada se refiere al año presupuestario cubierto por el informe de seguimiento.

2. Fomento de la capacidad del sector turístico y cultural

2.1. Número de instituciones y/o personas que han mejorado sus capacidades por medio de la formación, equipamientos y/o transferencia de conocimientos

Aplicable No aplicable. En este caso, por favor pase a la sección 3

<input checked="" type="checkbox"/> Instituciones públicas	Núm. Total	1		
<input checked="" type="checkbox"/> Instituciones privadas	Núm. Total	1		
<input checked="" type="checkbox"/> Funcionarios	Núm. Total	50	Mujeres 25 % de grupos étnicos	Hombres 25% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Ciudadanos	Núm. Total	2.740	Mujeres 1.508% de grupos étnicos	Hombres 1.232% de grupos étnicos

2.2 Número de acciones realizadas en favor de los sectores cultural y turístico

<input checked="" type="checkbox"/> Actos culturales (ferias, etc.)	Núm. Total	23	Núm. de participantes	1.150
<input checked="" type="checkbox"/> Infraestructuras culturales renovadas o construidas	Núm. Total	4	Núm. total de ciudadanos servidos por las infraestructuras creadas	541
<input type="checkbox"/> Infraestructuras de turismo creadas	Núm. Total			
<input type="checkbox"/> Otras. Especificar:	Núm. Total			

2.3 Número y tipo de mecanismos establecidos con el apoyo del PC que sirven para documentar y/o recopilar información estadística sobre cultura y turismo.

<input checked="" type="checkbox"/> Talleres de trabajo	Núm. Total	1	Núm. de participantes	43	Mujeres 24	Hombres 19
<input checked="" type="checkbox"/> Estadísticas	Núm. Total	2	Nacional	2	Local	
<input checked="" type="checkbox"/> Sistemas de información	Núm. Total	1	Nacional	1	Local	
<input type="checkbox"/> Inventarios del patrimonio cultural	Núm. Total		Nacional		Local	
<input type="checkbox"/> Otros. Especificar:	Núm. Total		Nacional		Local	

3. Se aprovecha el potencial cultural y turístico para aliviar la pobreza y generar desarrollo

3.1. Número de personas que han visto mejorado su acceso a nuevos mercados en los que ofrecer servicios o productos culturales y/o turísticos

Aplicable No aplicable

<input type="checkbox"/> Ciudadanos	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Proveedores de servicios turísticos	Núm. Total	Mujeres	Hombres	%de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Profesionales de la cultura	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Artistas	Núm. Total20	Mujeres8	Hombres12	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Artesanos	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Otros. Especificar:	Núm. Total254	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos

3.2. ³En función de los datos disponibles, indique el número de personas o grupos que reciben apoyo del Programa Conjunto y que han experimentado cambios positivos en su salud, seguridad e ingresos:

Aplicable No aplicable

<input type="checkbox"/> Ciudadanos	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Profesionales de la	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
	Núm. Total			

³ Este indicador exige el uso de valores de referencia o de partida que sirvan de referente para medir la variación observada. Si esta información no está disponible, la Secretaría recomienda obtenerla para completar este indicador de impactos con vistas al siguiente periodo de elaboración de informes.

cultura	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Artistas	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Industrias culturales	Núm. Total 254	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Artesanos	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Emprendedores	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Industria turística		Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Otros. Especificar:				

3.3. Porcentaje de los beneficiarios mencionados arriba que han visto mejorado sus vidas en los siguientes aspectos:

<input checked="" type="checkbox"/> Ingresos	5% del total de beneficiarios
<input type="checkbox"/> Servicios sociales básicos (salud, educación, etc.)	% del total de beneficiarios
<input type="checkbox"/> Seguridad	% del total de beneficiarios
<input type="checkbox"/> Otros. Especificar	% del total de beneficiarios

3.4 Número de personas que han mejorado su acceso a servicios, productos o infraestructuras culturales

Aplicable No aplicable

<input checked="" type="checkbox"/> Ciudadanos	Núm. Total 4.929	Mujeres 2.763	Hombres 2.166	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Profesionales de la cultura	Núm. Total 417	Mujeres 220	Hombres 197	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Artistas	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Industrias culturales	Núm. Total 20	Mujeres 8	Hombres 12	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Artesanos	Núm. Total 402	Mujeres 291	Hombres 111	% de grupos étnicos
<input checked="" type="checkbox"/> Emprendedores	Núm. Total 20	Mujeres 8	Hombres 12	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Industria turística	Núm. Total	Mujeres	Hombres	% de grupos étnicos
<input type="checkbox"/> Otros. Especificar:				

IV. Plan Anual de Trabajo (Ver PAT III en Anexo C)

a) Nuevas actividades

Efecto 1

1.1.3. Cluster Editorial

Actividad 3: Capacitación para formar y actualizar agentes literarios del país.

La capacitación estará dirigida a formar y actualizar a los agentes literarios del país; a trabajar sobre el negocio editorial y las nuevas tecnologías (libros digitales), proyectos que promuevan la mejor divulgación – catálogos, web-.

Actividad 4: Talleres de debates sobre comercialización legislación vigente.

Consistirá en llevar a debate la legislación vigente y evaluar las posibilidades de promover cambios o proyectos de ley al respecto.

Efecto 2

2.2.1. Fábricas

Actividad 5: Actividades de asistencia técnica para la elaboración de planes de negocios para los emprendedores/as. Realización de capacitaciones en general que tiendan al desarrollo de los/las actores de las fábricas (Interacción con efecto I).

Consistirá en realizar capacitaciones a los/as emprendedores/as de fábricas a fin de que puedan incorporarse en mayor medida y facilidad a los procesos de las incubadoras de empresas del efecto 1.

2.3.1. Niños/as y adolescentes en situación de vulnerabilidad formados en el campo artístico-culturales sensibilizados sobre los ODM creados.

Actividad 4: Creación de un espacio cultural dirigido a niños/as, adolescentes articulado con el plan de impacto habitacional (prioridad del gobierno) "Juntos".

Creación de un espacio cultural dirigido a niños y adolescentes que sea de referencia para el proyecto de niños y adolescentes y que se podría ubicar en la zona de cerro Norte (local Ex Colagel), articulado con el Plan de Impacto habitacional JUNTOS de Presidencia de la República. El objetivo del plan es "contribuir con acciones de impacto urbano habitacional, que redunden en calidad de vida, en especial en aquellos sectores más vulnerables de la población".

2.3.2. Poblaciones en situación de vulnerabilidad social sensibilizados en sus derechos y acceso a bienes culturales.

Actividad 2: Desarrollo de actividades para el acceso a bienes culturales de poblaciones del interior del país.

Esta actividad se enmarca en torno a la actividad que la Dirección Nacional de Cultura ya está llevando a cabo y que se conoce como “Un pueblo al Solís”.

Es una actividad que promueve el acceso de ciudadanos de todo el país a bienes y servicios culturales nacionales que se encuentran centralizados en la capital, especialmente la actividad del principal y emblemático escenario: El *Teatro Solís*.

Este proyecto se gesta dentro del marco de fomento, desarrollo y promoción de las actividades culturales en todo el país, desde una mirada integral, descentralizadora e inclusiva. En este marco el Estado viene desarrollando diferentes estrategias de inclusión y acceso a los bienes y servicios culturales, como por ejemplo: proyecto *De todas partes vienen*, *Centros MEC*, *Fondos Concursables para la Cultura*, *Fondos para el desarrollo de Infraestructuras culturales*, *Red Nacional de Teatros*, etc. **Un Pueblo al Solís** es parte de esta batería de medidas.

En concreto, a través del proyecto se apoyará la realización de un documental audiovisual sobre la experiencia de acceso a este bien por parte de poblaciones radicadas en pueblos rurales dispersos, que de otra manera no acceden a las ofertas propuestas por el Teatro Solís y aquellas que se realizan en la capital.

2.3.3 Poblaciones del interior del país involucradas en proyectos de desarrollo cultural a través de mediadores.

Actividad 3: Encuentro final mediadores culturales

Consistirá en la realización de un encuentro final de mediadores culturales para la puesta en común de las buenas prácticas y proyectos desarrollados dentro del Proyecto.

2.4 Sensibilización de los ODM

Actividad 3: Concurso nacional de murales sobre ODM.

Consistirá en la realización a nivel nacional de un concurso de murales sobre ODM dirigido a niños/as del país.

Efecto 4

4.1.2 Programa conjunto seguido, monitoreado, y evaluado.

Actividad 5: Estrategia de comunicación.

Siguiendo las recomendaciones de la evaluación intermedia se implementará la estrategia de comunicación (Ver Anexo D).

Anexo A Marco de Seguimiento y Evaluación (SyE) del Programa Conjunto

“Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay”

Producto 1.1 Plan estratégico para incrementar la competitividad de las industrias culturales del Uruguay y la calidad de sus contenidos implementado a partir de la metodología de clúster.

<u>Resultados</u>	<u>Indicadores</u>	<u>Evolución indicadores</u>	<u>Métodos de recopilación de la información</u>	<u>Responsable</u>	<u>Riesgos y supuestos</u>
1.1.1 Planes estratégicos de los sectores Musical y Editorial elaborados.	<p>1. Planes estratégicos de las industrias musical y editorial elaborados incorporando una perspectiva de género. <u>Línea base:</u> No se registran antecedentes. <u>Meta:</u> Un plan creado por cada sector.</p> <p>2. Porcentaje de actores participantes por sexos en la elaboración de cada plan (música o editorial individualmente) sobre el total de cada sector. <u>Línea base:</u> No se registran antecedentes. <u>Meta:</u> A determinar según resultado de censos sectoriales y lograr una participación equitativa entre ambos sexos.</p>	<p>1. Planes elaborados para cada sector</p> <p>2. Sector música: 90 participantes, 20% de mujeres participantes y 80% hombres en talleres. 30% de mujeres participantes en conferencias y 70% hombres.</p> <p>3. Sector editorial: 52 participantes. 40% participación de mujeres y 60% participación hombres.</p>	<p>- Verificación de la publicación oficial.</p> <p>- Visita a página Internet del PC.</p> <p>- Lista de participantes mantenida por el PC.</p> <p>- Censos sectoriales generados por el PC.</p>	MEC / UNESCO, ONUDI, UNIFEM	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Economías de escala por sector industrial cultural no se realicen. - Interés en líneas de desarrollo vinculadas a la actividad cultural no se materialice. - Implementación de “clúster” no tenga el éxito deseado. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción cultural valiosa cuantitativamente y cualitativamente. - Existe un número suficiente de empresarios y empresarias que expresen necesidad o apoyo. - Éxito de la metodología clúster continuará en las nuevas actividades.
1.1.2 “Clúster” de la industria musical creado.	<p>1. Clúster instalado y en funcionamiento. Año II <u>Línea base:</u> Su conformación efectuada en el producto 1.1.1 (arriba) del PC.</p> <p>2. Porcentaje de participación por sexos. <u>Línea base:</u> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria. <u>Meta:</u> A determinar según resultado de censos sectoriales y lograr una participación equitativa entre ambos sexos.</p> <p>3. Número de actuaciones en el exterior. <u>Línea base:</u> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria.</p>	<p>1. Clúster en funcionamiento</p> <p>2. 40% de participación de mujeres y 60% de hombres.</p> <p>3. El clúster de la música participó en Bafim (Bs. As.). Adicionalmente está impulsando la creación de la Agencia de Exportación</p>	<p>- Verificación de la publicación oficial.</p> <p>- Censo sectorial.</p> <p>- Registro de participantes mantenido por el PC.</p> <p>- Encuesta de participantes generada por el PC.</p> <p>- Estadísticas mantenidas por agrupaciones.</p>	MEC / UNESCO, ONUDI, UNIFEM	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Economías de escala por sector industrial cultural no se realicen. - Interés en líneas de desarrollo vinculadas a la actividad cultural no se materialice. - Implementación de “clúster” no tenga el éxito deseado. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Producción cultural valiosa cuantitativamente y cualitativamente. - Existe un número suficiente de empresarios y empresarias que expresen necesidad o apoyo. - Éxito de la metodología clúster continuará en las nuevas actividades.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
	<p><i>Meta:</i> A partir del segundo año que se registra el indicador, aumentar actuaciones en el exterior por un 5% anualmente.</p> <p>4. Monto de ingresos obtenidos por actuaciones en el exterior.</p> <p><i>Línea base:</i> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria.</p> <p><i>Meta:</i> A partir del segundo año que se registra el indicador, aumentar los ingresos (en términos reales) por un 5% anualmente.</p>	<p>de música.</p> <p>4. La instancia de participación en el exterior se tomó más como estrategia de difusión que de concreción de negocios.</p>			
1.1.3 “Clúster” de la industria editorial creado.	<p>1. Clúster instalado y en funcionamiento. <i>Año II</i></p> <p><i>Línea base:</i> Su conformación efectuada en el producto 1.1.1 (arriba) del PC.</p> <p>2. Porcentaje de participación por sexos.</p> <p><i>Línea base:</i> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria.</p> <p><i>Meta:</i> A determinar según resultado de censos sectorial y lograr una participación equitativa entre ambos sexos.</p> <p>3. Número de participación en ferias en el exterior.</p> <p><i>Línea base:</i> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria.</p> <p><i>Meta:</i> A partir del segundo año que se registra el indicador, aumentar participación en ferias en el exterior por un 5% anualmente.</p> <p>4. Monto de ingresos obtenidos por ventas al exterior.</p> <p><i>Línea base:</i> No se registran antecedentes por falta de clúster en la industria.</p> <p><i>Meta:</i> A partir del segundo año que se registra el indicador, aumentar los ingresos (en términos reales) por un 5% anualmente.</p>	<p>1. Clúster en funcionamiento</p> <p>2. 20% de participación de mujeres y 80% de hombres.</p> <p>3. Feria internacional del libro en (Bs. As.).</p> <p>4. La instancia de participación en el exterior se tomó más como estrategia de difusión que de concreción de negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Verificación de la publicación oficial. - Censo sectorial. - Registro de participantes mantenido por el PC. - Encuesta de participantes generada por el PC. - Estadísticas mantenidas por agrupaciones. 	MEC / UNESCO, ONUDI, UNIFEM	
1.1.4 Clúster fortalecidos interactuando	<p>1. Cantidad de actividades realizadas inter-clúster.</p> <p><i>Línea base:</i> No se registran antecedentes</p> <p><i>Meta:</i> A determinar.</p>	<p>1. Se ha realizado conferencia interclústers. Se continuarán realizando</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convocatoria. Materiales presentados. 	MEC / UNESCO, ONUDI,	

<u>Resultados</u>	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
con otros clúster dentro de las IC. Inclusión de la perspectiva de género en el trabajo de los clúster.	<p>2. Cantidad de empresas participantes de las actividades: <u>Línea base:</u> No se registran antecedentes Meta: A determinar.</p> <p>3. Cantidad de actividades realizadas con perspectiva de género. <u>Línea base:</u> <u>Meta:</u></p>	<p>durante el segundo semestre del año 2010.</p> <p>2. No corresponde</p> <p>3. Se realizaron tres eventos para discutir y reflexionar sobre la perspectiva de género en la cultura.</p>		UNIFEM	

Producto 1.2 Fortalecimiento de la producción, la comercialización, y la calidad de las artesanías uruguayas.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
1.2.1 Plan Estratégico para el sector artesanal elaborado (diseño, producción y comercialización internacional).	<p>1. Establecimiento de las bases para realizar el Plan Estratégico para el Sector Artesanal. <i>Línea base:</i> No se han establecido las bases para realizar el Plan Estratégico. <i>Meta:</i> Año I. Haber establecido las bases del Plan Estratégico.</p> <p>2. Plan Estratégico para el Sector Artesanal realizado. <i>Línea base:</i> No existe un Plan Estratégico. <i>Meta:</i> Año II. Haber realizado el Plan Estratégico.</p> <p>3. Porcentaje de entidades participantes en la elaboración del cada plan sobre el total de entidades de la Comisión Nacional de Artesanía invitadas a participar. <i>Línea base:</i> A determinar según entidades identificadas. <i>Meta:</i> A determinar según entidades identificadas.</p>	<p>1. Se han establecido las bases para la realización del plan estratégico.</p> <p>2. Se ha finalizado el plan estratégico.</p> <p>3. 100%</p>	<p>- Documento estableciendo las bases de realización del plan mantenido por el PC.</p> <p>- Verificación de la publicación oficial.</p> <p>- Visita a página web del PC.</p>	MIEM, DINAPyME / ONUDI, UNESCO, UNIFEM	<p><i>Riesgos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de participación y número de participantes no sea apropiado. - Proceso para la creación del plan estratégico no sea adecuado. <p><i>Supuestos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe una necesidad suficiente y apoyo común entre los artesanos/as y entidades representativas.
1.2.2 Calidad de la producción y gestión empresarial del sector artesanal mejoradas.	<p>- Cantidad de líneas de productos, nuevas o ajustadas, en rubros competitivos. (Producción de artesanías con un aspecto común: uso, materiales, habilidades, u otros) <i>Años II y III</i></p> <p><i>Línea de base:</i> Desarrollo de tres líneas en promedio de 2006 y 2007 con igual número de artesanos.</p> <p><i>Metas:</i></p> <p>Año I. Desarrollar tres líneas nuevas. Incremento del 100% (6 líneas en total).</p> <p>Año II. Desarrollar dos líneas nuevas. Incremento de 33% con respecto a año I (8 líneas).</p> <p>Año III. Desarrollar dos líneas nuevas. Incremento de 25% con respecto a año II (10 líneas).</p>	1. Los talleres de diseño comenzarán a funcionar durante el segundo semestre del año 2010.	<p>- Fuentes oficiales de DINAPyME.</p> <p>- Cotejar registro de participantes.</p>	MIEM, DINAPyME / ONUDI, UNESCO	<p><i>Riesgos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Insuficiencia económica de los artesanos/as puede crear cambios en su participación. <p><i>Supuestos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Existe suficiente calidad. - Potencialidad apreciada por demanda turística.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>1.2.3 Promoción de los productos en las principales ferias artesanales y eventos culturales o comerciales mejorada.</p>	<p>1. Cantidad de propuestas artesanales que se presentan en ferias. <i>Años I y III</i> <u>Línea base:</u> Promedio de presentaciones en ferias de 2005, 2006, y 2007 - Ferias nacionales: 70 artesanos. Ferias internacionales: 30 artesanos. <u>Metas:</u> Año I: Incremento de 25% en número de propuestas presentadas tanto en ferias nacionales como internacionales. Año II: Incremento de 30% (con respecto al Año I). Año III: Incremento de 35% (con respecto al Año II).</p> <p>2. Cantidad de artesanos/as diferentes que participan en ferias. <u>Línea base:</u> Promedio de presentaciones en ferias de 2005, 2006, y 2007 -- 64 artesanos diferentes apoyados anualmente (45 en ferias nacionales, 14 en ferias internacionales, y 5 participaron en ambas). <u>Metas:</u> Lograr una participación equitativa entre ambos sexos. Año I: Incremento de 30% en número de artesanos habiendo participado en cada tipo de ferias. Año II: Incremento de 45% (con respecto al Año I). Año III: Incremento de 60% (con respecto al Año I).</p> <p>3. Cantidad de ferias en que artesanos participan. <u>Línea base:</u> Promedio de ferias de 2005, 2006, y 2007 -- 8 eventos nacionales y 6 internacionales. <u>Metas:</u> Año I: Incremento 9 ferias nacionales y 8 ferias internacionales. Año II: Incremento 10 ferias nacionales y 10</p>	<p>1. En ferias nacionales 134, en Internacionales 120.</p> <p>2. 120 artesanos en ferias internacionales; 134 en ferias nacionales.</p> <p>3. Participación en 17 ferias nacionales y 22 ferias internacionales.</p> <p>4. 425 metros cuadrados en ferias nacionales y 320 en ferias internacionales.</p> <p>5. 526 contactos generales y 73 contactos de primer orden</p> <p>6. Facturación de \$ U 1.852.000 en Ferias Nacionales y U\$D 342.000 en Ferias Internacionales</p>	<p>- Cotejar registro. - Sistematización a desarrollar por el PC.</p>	<p>MIEM, DINAPyME / ONUDI, UNESCO</p>	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Insuficiencia económica de los artesanos/as puede crear cambios en su participación. - Distancias geográficas podrían restringir participación. - Escala de las producciones pueden no ser suficientes. - Eventos feriales rentables para los artesanos a nivel nacional pueden ser escasos. - Disponibilidad de espacios disponibles en ferias pueden ser insuficiente. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Adecuado interés por parte de artesanos/as. - Adecuados medios de producción. - Adecuado nivel de competitividad.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
	<p>ferias internacionales. Año III: Incremento 11 ferias nacionales y 12 ferias internacionales.</p> <p>4. Cantidad de metros cuadrados arrendados en ferias nacionales y ferias internacionales. <i>Línea base 1:</i> Promedio de metros cuadrados arrendados en ferias nacionales de demanda libre entre 2005, 2006, y 2007 – 110 m² (Rural del Prado, Patria Gaucha, Fiesta de la Cerveza, UDEPU). <i>Línea base 2:</i> Promedio de metros cuadrados arrendados en ferias internacionales de demanda libre entre 2005, 2006, y 2007 – 170 m² (Tendence, Frankfurt; Lártigiano in Fiera, Milán; Art Mundi, San Pablo; Feira de Artesanato, Curitiba y Porto Alegre; Feria de Artesanías de Córdoba; Feria Ganadera de Estio). <i>Metas para ambas líneas base:</i> Año I: Incremento de 50% de área a arrendar (incluye el área en los eventos señalados más los nuevos). Año II: Incremento de 25% de área a arrendar (con respecto al Año I). Año III: Incremento de 25% de área a arrendar (con respecto al Año II).</p> <p>5. Cantidad de contactos con posibilidades de negocios. <i>Línea base:</i> Promedio de 20 contactos generales y 4 contactos de primer orden entre 2005, 2006, y 2007 en Feria Tendence (Frankfurt). <i>Metas:</i> Incremento de 25% en ambos tipos de contacto para cada año.</p> <p>6. Facturación total en ferias (monto de ventas) sobre número de artesanos participantes a pesos constantes, desglosado por ferias nacionales e internacionales, iniciando por el año 2007.</p>				

<u>Resultados</u>	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
	<p>(Facturación por artesano)</p> <p><i>Línea base:</i> .Algunos emprendedores/as han participado en ferias internacionales pero información de sus facturaciones no es ampliamente disponible.</p> <p><i>Metas:</i> Formalizar la incorporación de información de facturaciones en ferias. Incremento de 5% para cada año.</p>				

Producto 1.3 Incubadora distancia de empresas culturales.

<u>Resultados</u>	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>1.3.1 Capacidades técnicas de los empresarios/as culturales en el interior del país fortalecidas.</p>	<p>1. Oficina técnico-profesional instalada. <u>Línea base:</u> Oficina no existe al inicio del PC. <u>Meta:</u> Oficina instalada en el Año I. 2. Cantidad de empresas creadas. <u>Línea base:</u> A determinar según respuesta a llamados públicos. <u>Metas:</u> Año II. A determinar según respuesta a llamados. Año III. Incremento de 30% al Año II. 3. Porcentaje de empresas creadas a través del PC (y que continúan activas) que han sido asesoradas. <u>Línea base:</u> A determinar según la cantidad de empresas creadas. <u>Metas:</u> Años II y III. Asesorar 100% de empresas que continúan activas. 4. Cantidad de emprendedores (o proyectos), no formalizados como empresas, que han sido asesorados. <u>Línea base:</u> A determinar según respuesta a llamados públicos. <u>Metas:</u> Año II. A determinar según respuesta a llamados públicos. Año III. Incremento de 30% al Año II.</p>	<p>1. La incubadora opera de forma virtual. No cuenta con oficina. Se encuentra operativa desde abril del 2009. 2. Se terminaron 10 planes de negocio. ¡0 empresas están operando. 3. 100% 4. 8</p>	<p>- Documentos disponibles en las oficinas del PC. - Visita a página web del PC. - Cotejar registros y bases de datos generados por el PC.</p>	<p>DINAPyME / ONUDI, UNESCO, PNUD</p>	<p><u>Riesgos:</u> - Cambios en la voluntad política para crear y sostener la oficina de incubación para el empresariado cultural. - Variaciones en la calidad de asistencia técnica. <u>Supuestos:</u> - Políticas de incentivos productivos en efecto. - Aplicación de la ley del Concejo de patrimonio en efecto. - Existe interés y mercado adecuado para apoyar industrias culturales.</p>

Producto 2.1 Centros - Usinas para el desarrollo cultural en el interior del país.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
2.1.1 Centros - usinas para el desarrollo cultural fortalecidos y en funcionamiento .	<p>1. Cantidad de Usinas equipadas y fortalecidas. <u>Línea base:</u> <u>Meta:</u></p> <p>2. Cantidad de talleres de capacitación realizados. <u>Línea base:</u> <u>Meta:</u></p> <p>3. Cantidad de actividades culturales/productos realizados. <u>Línea base:</u> <u>Metas:</u></p> <p>4. Cantidad de público que asistió a las actividades culturales realizadas (desglosado por sexo). <u>Línea base:</u> <u>Metas:</u></p>	<p>1. 3 Usinas creadas (Casvalle, Treinta y Tres y Castillos)</p> <p>2. 5 talleres de audiovisual y 4 talleres música.</p> <p>3. 15 proyectos de audio, 8 proyectos audiovisuales finalizados y 38 en proceso.</p> <p>4. 541 personas participaron en la elaboración de los productos. 47% mujeres, 53% varones.</p>	<p>- Cotejar las propuestas recibidas.</p> <p>- Verificar publicación.</p> <p>- Visitar página web del PC.</p> <p>- Cotejar los registros de actividades de cada usina.</p> <p>- Cotejar los registros de cantidad de público por cada usina.</p>	MEC / UNESCO, ONUDI, UNIFEM, UNICEF	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de selección adecuado para maximizar el efecto del proyecto. - Armonización de políticas sociales sectoriales. - Hábitos ciudadanos ante usinas nuevas. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Potencialidad patrimonial y creadora. - Pautas nacionales de implementación de la descentralización. <p>ESTO SE PUEDE MANTENER</p>

Producto 2.2 Proyecto “Fabricas”: estímulo para el desarrollo de pequeñas industrias culturales en sectores de pobreza en el interior del país.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>2.2. Seis fábricas establecidas y operando: mujeres y jóvenes emprendedores/as capacitados; así como productos y servicios culturales creados.</p>	<p>1. Cantidad de fábricas culturales implementadas. <u>Línea base:</u> Ya se han realizado algunas fábricas. <u>Metas:</u> Dos fábricas por cada año del proyecto (seis en total).</p> <p>2. Cantidad de talleres adicionales de formación técnica profesional realizados. <u>Línea base:</u> Ya se han realizado algunos talleres de formación. <u>Metas:</u> Realizar talleres manteniendo una cantidad estable.</p> <p>3. Cantidad de participantes en los talleres (desglosado por sexo). <u>Línea base:</u> A incorporar cantidad de participantes en talleres previos. <u>Metas:</u> Mantener cantidad de participantes estable e incorporando una distribución equitativa entre ambos sexos.</p> <p>4. Cantidad de emprendimientos cooperativos creados y produciendo. <u>Línea base:</u> Existe un emprendimiento productivo. <u>Metas:</u> Años I, II, y III. Culminación de un emprendimiento productivo adicional cada año.</p> <p>5. Cantidad de miembros en los emprendimientos cooperativos (desglosado por sexos). <u>Línea base:</u> Existe un emprendimiento productivo. <u>Meta:</u> Mantener un número de miembros estable y con una representación equitativa por sexos.</p> <p>6. Facturación de emprendimientos cooperativos que continúan operando y produciendo. <u>Línea base:</u> Existe un emprendimiento productivo. A determinar según participación y creación de emprendimientos corporativos. <u>Metas:</u> Mantener los emprendimientos operando con una facturación estable.</p>	<p>1. Tres fábricas culturales implementadas y en funcionamiento. Cuatro fábricas por iniciar talleres de formación.</p> <p>2. 7 talleres realizados de formación técnica.</p> <p>3. 111 personas. 93% mujeres y 7% varones.</p> <p>4. Todavía no hay.</p> <p>5. Todavía no hay.</p> <p>6. No hay facturación aún.</p>	<p>- Cotejar los registros de actividades del PC. - Encuesta a los emprendimientos cooperativos.</p>	<p>MEC / PNUD, UNESCO</p>	<p><u>Riesgos:</u> - Cambios en los rubros de industrias culturales de los participantes. .</p> <p><u>Supuestos:</u> - Buena cohesión entre los participantes y sus rubros de actividad. - Mercado y demanda (nacional e internacional) suficiente para sostener los emprendimientos cooperativos. - Disponibilidad de capital necesario.</p>

Producto 2.3 Mecanismos participativos de promoción de la creatividad cultural de los adolescentes en situación de vulnerabilidad.

<u>Resultados</u>	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsabl e	Riesgos y supuestos
<p>2.3.1 Niños/as y adolescentes en situación de vulnerabilidad formados en el campo artístico-culturales se sensibilización sobre los ODM creados.</p>	<p>1. Cantidad de actividades de formación de capacidades artísticas orientadas a niños/as y adolescentes acercándolos al consumo de bienes culturales. <u>Línea base:</u> Ninguna se ha realizado. <u>Metas:</u> Existen actividades abarcando la mayor parte de los Departamentos.</p> <p>2. Cantidad de talleres de formación artística. <u>Línea base:</u> Ninguno se ha realizado. <u>Metas:</u> Mantener la cantidad de talleres según el interés expresado.</p> <p>3. Cantidad de niños/as y adolescentes que participan (desglosado por sexos y por rango de edad [hasta los 13 años cumplidos, de 14 a 17 años cumplidos, y de 18 años cumplidos o más]). <u>Línea base:</u> Ningún taller se ha realizado. <u>Metas:</u> Mantener participación cada año, representar sexos equitativamente, representar los diferentes grupos de edades.</p> <p>4. Cantidad de productos artístico-culturales realizados. <u>Línea base:</u> Ninguno se ha realizado. <u>Metas:</u> Generar productos, utilizando varias expresiones artísticas (dibujos, videos, etc.).</p>	<p>1. 300 actividades en las que participaron 20.000 niños/as y adolescentes.</p> <p>2. 26 talleres.</p> <p>3. 1185 niños/as y adolescentes, 483 niños y 455 niñas de 8 a 13 años, 62 adolescentes mujeres y 185 adolescentes varones.</p> <p>4. A la espera de datos por parte de contraparte nacional.</p>	<p>Cotejar registros y reportes.</p> <p>Cotejar los registros del PC.</p>	<p>MEC / UNFPA, UNESCO, PNUD, UNICEF, UNIFEM</p>	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambios en participación debido a las condiciones socio-económicas vulnerables en el entorno de aplicación. - Cambios en la armonización de políticas sociales sectoriales. - Posibilidad de una amplia diversidad de sectores culturales expresados. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunidades receptivas a participar. <p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversidad de escalas y profesiones. - Condiciones socio-económicas muy vulnerables en el entorno de aplicación. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Potencialidad de interés y demanda de productos.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
2.3.2 Poblaciones en situación de vulnerabilidad social sensibilizados en sus derechos y acceso a bienes culturales.	1. Cantidad de actividades/talleres realizados. <i>Línea base:</i> <i>Metas:</i> 2. Cantidad de personas que participan (desglosado por sexo). <i>Línea base:</i> <i>Metas:</i>	1. Se han iniciado actividades. Se han contratado docentes para tres distintos talleres, y se ha inaugurado el centro en situación de calle.	- Cotejar registros y reportes	MEC/PNUOD /	<i>Supuestos:</i> - Poblaciones receptoras a participar. <i>Riesgos:</i>

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>2.3.3 Poblaciones del interior del país involucradas en proyectos de desarrollo cultural a través de mediadores.</p>	<p>1. Cantidad de jóvenes capacitados como mediadores culturales (desglosado por sexos). <u>Línea base:</u> 25 jóvenes capacitados en 5 Departamentos (125 jóvenes total). <u>Metas:</u> Lograr una participación equitativa entre ambos sexos. Año I. Para 2008, 25 jóvenes capacitados en 3 Departamentos adicionales (75 jóvenes total en el año). Año II. Para 2009, 25 jóvenes capacitados en 6 Departamentos adicionales (150 jóvenes total en el año). Año III. Para 2010, 25 jóvenes capacitados en los 4 Departamentos restantes (100 jóvenes total en el año). 2. Cantidad de mediadores que continúan trabajando y vinculados al proyecto (desglosado por sexos). <u>Línea base:</u> 25 jóvenes capacitados en 5 Departamentos (125 jóvenes total). <u>Metas:</u> Lograr una participación equitativa entre ambos sexos. Año II. 25% de jóvenes capacitados en el año anterior, como mínimo. Año III. 25% de jóvenes capacitados en los años anteriores, como mínimo. 3. Cantidad de propuestas presentadas por los jóvenes capacitados al fondo de promoción de la cultura a través del proyecto. <u>Línea base:</u> No se han realizado propuestas. <u>Metas:</u> Obtener propuestas representadas por ambos sexos, y representando varias expresiones culturales.</p>	<p>1. 39 participantes. 59% de participación femenina y 41% de masculina. 2. El programa de formación quedó suspendido en el año II. 3. Actualmente se están desarrollando cuatro proyectos.</p>	<p>- Cotejar registro de cursos de capacitación. - Cotejar registro de participación y propuestas.</p>	<p>MEC / UNESCO, UNFPA, PNUD, UNICEF, UNIFEM</p>	<p><u>Riesgos:</u> - Cambios en las condiciones socio-económicas. - Cambios en las políticas sociales sectoriales. - Cambios en las competencias de nuevos participantes. <u>Supuestos:</u> - Participación continua de los mediadores culturales. - Comunidades receptivas a participar.</p>

Producto 2.4 Sensibilización de público sobre la contribución de la cultura al logro de los ODM.

<u>Resultados</u>	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>2.4.1 Público sensibilizado sobre el papel de la cultura y las industrias culturales en el logro de los ODM...</p>	<p>1. Cantidad de mesas de diálogo realizadas con enfoque en la cultura. <u>Línea base:</u> - Se realizaron 8 mesas de diálogo de los ODM entre 2003 y 2004, con actividades en Montevideo, Río Negro, y Tacuarembó pero no incluían un enfoque en la cultura. <u>Metas:</u> Año I. Realizar mesas de diálogo en un tercio de los departamentos del país. Año II. Realizar mesas de diálogo en un tercio adicional de los departamentos del país. Año III. Realizar mesas de diálogo en el tercio remanente de los departamentos del país. 2. Cantidad de participantes en las mesas de diálogo. <u>Línea base:</u> Promedio de participantes en Mesas de Dialogo, 70 participantes. <u>Metas:</u> Haber incorporado participación de los sectores identificados en cada una de las mesas de diálogo. 3. Cantidad de talleres realizados sobre la temática de los ODM. 4. Cantidad de participantes a talleres para cortometrajes. (desglosados por sexo) 5. Cantidad de propuestas recibidas. 6. Cantidad de propuestas ganadoras.</p>	<p>1. Se realizaron 24 mesas de diálogo. 2. Participaron 1058 asistentes. 65% de asistencia de mujeres y 35% de asistencia de hombres. 3. No se han contratado a los docentes. Se encuentra, los talleres se encuentran en proceso de organización. 4. No corresponde. 5. No corresponde. 6. No corresponde.</p>	<p>- Verificar publicaciones. - Cotejar reportes de resultados de las mesas de diálogo.</p>	<p>MEC / UNFPA, UNESCO, PNUD, UNICEF, UNIFEM</p>	<p><u>Riesgos:</u> - Alcance apropiado de llamados a sectores marginados. <u>Supuestos:</u> - Participación continua de los Gobiernos Departamentales, sociedad civil, y en particular de representantes organizaciones culturales. - Comunidades receptivas a participar.</p>

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
<p>2.4.2 Público sensibilizado sobre la relación entre género y desarrollo cultural.</p>	<p>1. Cantidad de actividades de difusión de la relación entre cultura y género. <u>Línea base:</u> Algunas actividades ya han sido apoyadas, pero no incluyen específicamente la cultura. <u>Metas:</u> Aumentar el apoyo a las actividades de difusión de la relación entre género y cultura.</p> <p>2. Cantidad de actividades culturales realizadas que contribuyen a la promoción de la diversidad cultural y la apropiación social de los ODM con énfasis en género. <u>Línea base:</u> En años anteriores, se han realizado varias actividades culturales. <u>Metas:</u> Incrementar el número de actividades culturales.</p>	<p>1. Tres actividades. Dos seminarios y un concurso de afiches “La igualdad no es un juego”</p> <p>2. Dos muestras. Una sobre los derechos de la mujer en Montevideo, Una muestra itinerante por varios departamentos.</p>	<p>- Visitar página Internet de INAMU. - Cotejar reportes de resultados de actividades del PC.</p>	<p>MEC / UNIFEM, UNESCO, PNUD, UNICEF, UNFPA</p>	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Divulgación y preparativos adecuados. - Garantizar participación de sectores marginados. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación continua de los Gobiernos Departamentales, sociedad civil, y en particular de representantes organizaciones culturales. - Comunidades receptivas a participar.

Producto 3.1 Fortalecimiento de las instituciones públicas nacionales y departamentales responsables por la protección y promoción de las expresiones culturales y las industrias relacionadas.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
3.1.1 Instituciones públicas competentes en industrias culturales consolidadas al nivel nacional y departamental.	<p>1. Planes estratégicos para la formalización de la participación en la institucionalidad cultural. <u>Línea base:</u> No existen planes estratégicos. <u>Meta:</u> Haber formalizado la nueva institucionalidad cultural.</p> <p>2. Cantidad de encuentros públicos nacionales y locales con la sociedad civil y organizaciones más representativas con el fin de evaluar y formular recomendaciones. <u>Línea base:</u> Se han realizado algunas audiencias públicas. A incorporar datos. Dos concejos han sido creados (Montevideo, Flores). <u>Meta:</u> Haber realizado, un mínimo de dos encuentros al nivel nacional y tres encuentros al nivel local, avanzando en la creación del plan estratégico.</p> <p>3. Cantidad de Teatros vinculados a la Red Nacional de Teatros. <u>Línea base:</u> <u>Meta:</u></p>	<p>1. Se han terminado informes de avance sobre la regionalización de la cultura a escala nacional, y sobre una nueva propuesta de institucionalidad a escala ministerial.</p> <p>2. Se realizó el encuentro sobre Cultura y medios.</p> <p>3. No se han iniciado actividades de la Red de Teatros.</p>	<p>- Documentos, estableciendo la institucionalidad cultural, disponibles en las oficinas del PC.</p> <p>- Cotejar los registros de encuentros públicos del PC.</p> <p>- Visitar página Internet.</p>	MEC / PNUD, UNESCO, ONUDI, UNFPA	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Institucionalidad cultural podría culminar siendo dispersa, aluvional, y desigual. - Voluntad política para crear un marco normativo nacional que favorezca una nueva institucionalidad podría desvanecer. - Atención de los gobiernos locales a los aspectos político-administrativos de la cultura podría desvanecer. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Demanda histórica de los sectores involucrados. - Manifiesta voluntad política de las actuales autoridades nacionales y departamentales.

Producto 3.2 Sistema de información de las industrias culturales y cuenta satélite de cultura.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
3.2.1 Sistema de Información de las Industrias Culturales (SIIC) reforzado y mejorado.	<p>1. Base de datos generales sobre industrias culturales en marcha.</p> <p>2. Base de datos por sectores industriales culturales en marcha.</p> <p>3. Acuerdo alcanzado con el instituto nacional de estadística (INE).</p> <p><u>Línea base:</u> Existe un censo de bibliotecas y un censo de museos.</p> <p><u>Metas:</u> Año I. Censo de infraestructuras culturales, censo de artistas vinculados al teatro, censos a productoras audiovisuales y empresas editoriales. Año II. Censos de empresas de la industria de la música; reproducir censos de productoras audiovisuales y empresas editoriales. Censo a artistas vinculados a la música. Año III. Reproducir censo de museos, censos sectoriales de industrias culturales. Tener sistema de comunicación de SIIC terminado y funcionando.</p>	<p>1. Se ha puesto en funcionamiento el Sistema de Información Cultural.</p> <p>2. En funcionamiento página web del DICREA.</p> <p>3. Se han realizado las primeras conversaciones con instituciones estadísticas del Estado.</p>	<p>- Verificación de documentos.</p> <p>- Visitar página Internet del INE.</p> <p>- Cotejar base de datos.</p>	MEC / UNESCO, ONUDI, PNUD, UNFPA	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Periodicidad de inclusión de información a los registros sistematizados. - Participación de los sectores de la cultura. - Cambios de voluntad política. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias regionales e internacionales relativamente válidas. - Existe necesidad de los sectores involucrados. - Voluntad política para armonizar datos de registros nacionales.
3.2.2 Cuenta Satélite de Cultura funcionando.	<p>1. Existencia de la Cuenta Satélite de Cultura.</p> <p><u>Línea base:</u> La Cuenta no existe.</p> <p><u>Metas:</u> Haber puesto en marcha la Cuenta.</p> <p>2. Detalle estadístico de todo el sector cultural.</p> <p><u>Línea base:</u> Detalle no existe.</p> <p><u>Metas:</u> Publicar detalles estadísticos del sector.</p>	<p>1. Se realizó seminario con expertos internacionales. Se entregó informe final con una propuesta metodológica para implementar la CSC en el Uruguay.</p> <p>2. Se está por firmar contrato para comenzar fase II de CSC, esto es obtener la información estadística del sector cultural.</p>	<p>- Verificar publicación oficial de lanzamiento de la Cuenta Satélite de Cultura.</p> <p>- Cotejo de datos incorporados en la Cuenta.</p>	MEC / PNUD, UNESCO, ONUDI, UNFPA	<p><u>Riesgos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Compatibilidad del Sistema con los de otras industrias. - Validez de la información. <p><u>Supuestos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Voluntad política para armonizar datos de registros nacionales.

Producto 3.3 Red de profesionales y académicos “Centro Sur” sobre la promoción de las expresiones culturales y sus industrias.

Resultados	Indicadores	Evolución indicadores	Métodos de recopilación de la información	Responsable	Riesgos y supuestos
3.3.1 Sinergia entre investigadores, profesionales de la industria cultural, organizaciones especializadas, entidades de cooperación, y beneficiarios del PC reforzada.	<p>1. Red instalado y funcionando. <i>Línea base:</i> La red no existe. <i>Metas:</i> Haber instalado la red.</p> <p>2. Cantidad de miembros (desglosado por sexos, rubro cultural, y vínculo [académico, profesional, gubernamental, etc.]). <i>Línea base:</i> No tiene miembros. <i>Metas:</i> Haber incorporado miembros de los varios grupos interesados en la cultura.</p>	<p>1. Se realizó consultoría y seminario internacional sentando las bases para la implementación de la Red.</p> <p>2. Se ha contratado a la coordinadora y se está impulsando la realización de seminario fundacional.</p>	<p>- Cotejo de actividades y medios de comunicación.</p> <p>- Cotejo del informe de recursos humanos.</p>	MEC / UNESCO, ONUDI, PNUD	<p><i>Riesgos:</i></p> <p>- Cambio de interés en la sociedad civil u otras partes interesadas para generar información y fuentes de financiación propias.</p> <p><i>Supuestos:</i></p> <p>- Existe información adecuada para evaluar las políticas, programas y acciones más allá del mismo programa conjunto.</p> <p>- Acceso al público.</p>

Anexo B Marco de Resultados del Programa Conjunto con Información Financiera

“Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay”

Efecto 1 La calidad y la competitividad de los bienes producidos por las industrias culturales de Uruguay han sido fortalecidas

Productos del programa conjunto	Resultados esperados (SMART)	Organismos de NNUU	Asociado nacional	Actividades indicativas	Cronograma anual			Presupuesto Total	Monto Ejecutado (Desembolsado + Comprometido)	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento
					A1	A2	A3				
1.1 Plan estratégico para incrementar la competitividad de las industrias culturales del Uruguay y la calidad de sus contenidos implementado a partir de la metodología clúster.	1.1.1 Planes estratégicos de los sectores Musical y Editorial elaborados.	ONUDI, UNESCO, UNIFEM	MEC	1. Mapeo y elaboración de diagnóstico situacional de los sectores.	X			114.494	114.520	165.147	100%
				2. Apoyo logístico y asistencia técnica en la conformación de los clúster a través de un equipo de facilitadores/as. a) Coordinación de todas las actividades participativas de los Clúster. b) Ejercicio de la secretaría Técnica del Grupo G	X						
	1.1.2 “Clúster” de la industria	ONUDI, UNESCO	MEC	3. Elaboración de estudios del marco regulatorio vigente. 4. Actividades de evaluación sobre antecedentes exitosos (benchmarking). 5. Talleres de consulta (grupos focales) con empresario/as. 6. Inteligencia de Mercados: identificación de oportunidades. 7. Elaboración de Planes estratégicos	X			226.591	40.132		18%

	musical creado.			2. Apoyo a las empresas del sector musical para el desarrollo de proyectos. - Formulación de proyectos estructurantes y de redes. - Selección de proyectos. - Implementación y monitoreo. - Coordinación de la ejecución de proyectos.	X	X			
	1.1.3 "Clúster" de la industria editorial creado.	ONUDI, UNESCO	MEC	1. Facilitación y coordinación del cluster editorial. 2. Apoyo a las empresas del sector editorial para el desarrollo de proyectos. - Formulación de proyectos estructurantes y de redes. - Selección de proyectos. - Implementación y monitoreo. - Coordinación de la ejecución de proyectos 3. Capacitación para formar y actualizar agentes literarios del país. 4. Talleres de debates sobre comercialización legislación vigente.	X	X	231.101	41.969	18%
	1.1.4 Inclusión de la perspectiva de género en el trabajo de los clúster. Clúster fortalecidos interactuando con otros clúster dentro de las IC.	UNESCO, UNIFEM	MEC	1. Implementación de la transversalización de género en los procesos productivos. - Estudios sobre equidad de género en los sectores editorial y música. - Guía de Recursos para trabajadoras de la cultura. - Coloquio: La igualdad de género en la cultura, una agenda en controversia.	X	X	41.234	19.290	47%

				Actividad de sensibilización y resignificación: homenaje a Luisa Luisi a 70 años de la muerte de la escritora.							
				2. Actividades que promuevan el intercambio de experiencias entre los clúster: - Reuniones entre clúster (audiovisual, turismo, etc.) para compartir y promover experiencias exitosas.		X	X				
Total 1.1								613.420	215.911	165.147	35%
1.2 Fortalecimiento de la producción, la comercialización, y la calidad de las artesanías uruguayas.	1.2.1 Plan Estratégico para el sector artesanal elaborado (diseño, producción y comercialización internacional).	ONUDI, UNIFEM	MIEM	1. Estudios sobre las capacidades de la artesanía uruguaya para insertar sus productos en el mercado nacional e internacional incorporando una perspectiva de género.	X			53.916	67.526		125%
				2. Elaboración y consulta participativa del plan estratégico para mejorar el diseño, la producción y la comercialización interna y externa de las artesanías.	X					287.479	
				3. Talleres y seminarios sobre diseño y artesanía y mejores técnicas de producción.	X						
				4. Conformación de grupos de trabajo con objetivos de producción y comercialización conjunta de artesanías.	X						
				5. Implementación de asistencia técnica especializada para mejorar la gerencia y administración de empresas que los requieran.	X						

				6. Implementación de la transversalización de género en el proceso productivo del sector artesanal. Implementación de recomendaciones del Plan Estratégico de Artesanías.	X	X					
	1.2.2 Calidad de la producción y gestión empresarial del sector artesanal mejoradas.	ONUDI UNESCO	MIEM	1. Capacitación en la gestión empresarial y capacidad exportadora. Organización de talleres sobre el perfeccionamiento de las técnicas de producción y de desarrollo de servicios por grupo o rubro artesanal. 2. Implementación de asistencia técnica especializada para mejorar el diseño. Actividades para fomentar la innovación, perfeccionar el diseño, e incentivar la diversidad de los contenidos artesanales.	X	X		90.484	62.018	69%	
	1.2.3 Promoción de los productos en las principales ferias artesanales y eventos culturales o comerciales mejorada.	ONUDI	MIEM	1. Establecimiento de un fondo de apoyo para la participación en ferias, eventos estratégicos, festivales, y otros para que los artesanos/as expongan sus productos y/o servicios.	X	X	X	267.240	176.273	66%	
Total 1.2								411.640	305.817	287.479	74%
1.3 Incubadora a distancia de empresas culturales.	1.3.1 Capacidades técnicas de los empresarios/as culturales en el interior del país Y en Montevideo fortalecidas.	ONUDI, PNUD, UNESCO	MIEM	1. Establecimiento de la incubadora como una estructura público-privada de cobertura nacional. 2. Elaboración de un plan de acción de la oficina con el fin de determinar sus prioridades, las condiciones materiales, y la	X			211.781	128.894	93.483	61%

			sustentabilidad de PC.							
			3. Acondicionamiento del espacio de trabajo.	X						
			4. Conformación de equipos técnicos de asistencia.	X						
			5. Asistencia técnica en la elaboración de planes de negocio para empresas participantes (Tutorías).		X	X				
			- Conformación de equipos técnicos de asistencia para apoyar las industrias culturales.							
			- Atención a propuestas egresadas de los cursos de capacitación de años anteriores.							
			- Apoyo a planes de negocios.							
			- Convocatoria a empresas.							
			6. Monitoreo y asistencia técnica en la gestión de los emprendimientos:		X	X				
			- Asistencia al emprendedor en implementación de Plan de Negocios.							
			- Implementación de tutorías.							
			7. Formación de los emprendedores/as en gestión empresarial.		X					
Total 1.3							211.781	128.894	93.483	61%

Efecto 2 El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado.

Productos del programa conjunto	Resultados esperados (SMART)	Organismos de NNUU	Asociado nacional	Actividades indicativas	Cronograma anual			Asignación de recursos por producto y cronograma previsto	Monto Ejecutado (Desembolsado + Comprometido)	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento
					A1	A2	A3				
2.1 Centros - Usinas para el desarrollo cultural en el interior del país.	2.1.1 Centros - usinas para el desarrollo cultural fortalecidos y en funcionamiento.	ONUDI, PNUD, UNESCO, UNIFEM	MEC	<p>1. Fortalecimiento de la gestión y apoyo de las actividades en el territorio a través de RRHH.</p> <p>2. Contratación equipo multidisciplinario para desarrollar trabajo en el territorio donde se localizan los Centros - usinas culturales.</p> <p>3. Ejecución del plan de acondicionamiento físico, ejecución de obras.</p> <p>4. Integración de la perspectiva de género en los emprendimientos gestionados por la DNC dentro del PC. Desarrollo de investigación para análisis de resultado de encuesta del Observatorio Universitario de políticas culturales desde la perspectiva de género.</p> <p>5. Fortalecimiento/ equipamiento de las usinas y en el interior del país. (Incorporado y ejecutado Equipamiento usina Vilardebó que sustituyó a recuperación Teatro Fray Bentos,</p>	X	X	X	279.125	128.969	65.517	46%

				emprendedores/as. Realización de capacitaciones en general que tiendan al desarrollo de los/las actores de las fábricas (Interacción con efecto I).							
Total 2.2								146.470	60.731	39.770	41%
2.3 Mecanismos participativos de promoción de la creatividad cultural de los jóvenes y niños/as en situación de riesgo y poblaciones en situación de vulnerabilidad social.	2.3.1 Niños/as y adolescentes en situación de vulnerabilidad formados en el campo artístico-culturales se sensibilización sobre los ODM creados.	PNUD, UNICEF	MEC	1. Formación artística para niños/as y adolescentes en situación de vulnerabilidad.	X	X	X	241.770	137.779		57%
				2. Actividades de capacitación de facilitadores/as sobre los derechos del niño vinculados a la cultura. - Actividades de sensibilización en temáticas artístico-cultural para niños/as y adolescentes ("al museo", audio visual, etc.). - Elaboración de productos artístico-cultural por los niños/as y adolescentes sobre la contribución de la cultura al logro de los ODM (videos, mensajes de cultura, arte, etc.).	X	X	X			132.043	
				3. Fortalecimiento de usinas para la participación de adolescentes en actividades culturales.		X					
				4. Creación de un espacio cultural dirigido a niños/as, adolescentes articulado con el plan de impacto habitacional "Juntos"			X				

	2.3.2 Poblaciones en situación de vulnerabilidad social sensibilizados en sus derechos y acceso a bienes culturales.	PNUD, UNESCO	MEC	<p>1. Desarrollo de actividades culturales y talleres en cárceles; fortalecimiento de centro de población en situación de calle.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de los lugares específicos para actividades (cárceles). - Realización Talleres de sensibilización y recreación artísticas para personas privadas de libertad. - Realización Talleres de sensibilización y recreación artísticas para personas privadas de libertad. - Contratación de docentes para cursos/talleres (canto, coro, voz, plástica). - Equipamiento Centro para población en situación de calle. 	X	X	54.270	23.000	42%
				2. Desarrollo de actividades para el acceso a bienes culturales de poblaciones del interior del país.		X			
	2.3.3 Poblaciones del interior del país involucradas en proyectos de desarrollo cultural a través de mediadores.	PNUD UNESCO	MEC	<p>1. Realización Encuentro general entre mediadores con coordinadores de Centros MEC, con usinas y fábricas.</p> <p>2. Apoyo al equipo de mediadores para la realización de proyectos participativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llamado a proyectos culturales. - Evaluación y selección de proyectos. - Financiación a Proyectos de mediadores. 	X	X	22.900	15.728	69%

				- Realización/seguimiento de los proyectos seleccionados. - Difusión de proyectos seleccionados.							
				3. Encuentro final mediadores culturales			X				
Total 2.3								318.940	176.507	132.043	55%
2.4 Sensibilización de público sobre la contribución de la cultura al logro de los ODM.	2.4.1 Público sensibilizado y formado sobre el papel de las industrias culturales en el logro de los ODM.	PNUD, UNESCO, UNFPA	MEC	1. Realización de las primeras Mesas de Diálogo. Exhibición de películas, foros y debate sobre los ODM. 2. Llamado y formación a jóvenes y adolescentes en realización de cortometrajes con temática de los ODM. a) Llamado a docentes para talleres de capacitación (video, música, fotografía, sonido, guión, iluminación). b) Apoyo a la realización de cortometrajes por jóvenes y adolescentes en las usinas. c) Organización, presentación y comunicación de los resultados del concurso de cortometrajes. d) Difusión de resultados del concurso de cortometrajes. Premiación. 3. Concurso nacional de murales sobre ODM. Realización de las primeras Mesas de Diálogo. Exhibición de películas, foros y debate sobre los ODM.	X		X	83.565	31.707	64.622	38%
				2. Llamado y formación a jóvenes		X	X				

				<p>y adolescentes en realización de cortometrajes con temática de los ODM.</p> <p>a) Llamado a docentes para talleres de capacitación (video, música, fotografía, sonido, guión, iluminación).</p> <p>b) Apoyo a la realización de cortometrajes por jóvenes y adolescentes en las usinas.</p> <p>c) Organización, presentación y comunicación de los resultados del concurso de cortometrajes.</p> <p>d) Difusión de resultados del concurso de cortometrajes.</p> <p>Premiación</p>						
				3. Concurso nacional de murales sobre ODM.			X			
2.4.2 Público sensibilizado sobre la relación entre género y desarrollo cultural.	UNFPA, UNIFEM	MEC	1. Difusión de los valores de equidad de género y diversidad cultural.	X				122.710	74.035	
			2. Concursos para la promoción de juguetes/afiches no sexistas.		X	X				
			3. Producción de piezas de comunicación masiva sobre los ODM, género, y diversidad cultural. Muestra itinerante de afiches de género y cultura que fueron elaborados en el primer año.		X	X				
			4. Actividades artísticas que contribuyan a la promoción de la equidad de género, diversidad cultural, y apropiación social de los ODM. Mes de la mujer.		X	X				
										60%

			5. Implementación de la propuesta creadoras de la cultura con las nuevas tecnologías. a) Presentación del espacio virtual www.creadoras.org.uy b) Creación Boletín electrónico bimensual "Creadoras". c) Organización y desarrollo de instancias de encuentro en los Departamentos del interior entre mujeres de la cultura para base de agenda cultura y género.		X	X				
Total 2.4							206.275	105.742	64.622	51%

Efecto 3 Las capacidades de la institucionalidad cultural han sido fortalecidas.

Productos del programa conjunto	Resultados esperados (SMART)	Organismos de NNUU	Asociado nacional	Actividades indicativas	Cronograma anual			Asignación de recursos por producto y cronograma previsto	Monto Ejecutado (Desembolsado + Comprometido)	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento
					A1	A2	A3				
3.1 Fortalecimiento de las instituciones públicas nacionales y departamentales responsables por la protección y promoción de las expresiones culturales y las industrias relacionadas.	3.1.1 Instituciones públicas competentes en industrias culturales consolidadas al nivel nacional.	ONUDI, PNUD, UNESCO	MEC	1. Equipamiento de las instituciones culturales.		X		224.932	207.442	146.244	92%
				3. Realización estudio sobre regionalización de la cultura a nivel regional.	X						
				4. Elaboración de una propuesta de nueva institucionalidad de la Cultura a escala nacional	X						
				5. Fortalecimiento del DICREA a) Seminario sobre Cultura y Medios en el Uruguay (año i) b) Estudio de Radiodifusión y Estudio sobre consumo cultural (año ii)	X	X	X				
				6. Establecimiento y gestión de una red nacional de teatros. a) Diseño de presupuestos de las actividades de la red. b) Diseño de comunicación e imagen institucional de la red. c) Formación de circuitos de circulación y distribución		X	X				
Total 3.1								224.932	207.442	146.244	92%
3.2 Sistema de información de las industrias	3.2.1 Sistema de Información de las Industrias	UNESCO	MEC	1. Fortalecimiento técnico profesional de SIIC para desarrollo de censos sectoriales y	X			64.069	34.202	55.386	53%

culturales y cuenta satélite de cultura.	Culturales (SIIC) reforzado y mejorado.			consultas internacionales. 2. Fortalecimiento del SIIC. Equipos y programas informáticos. 3. Desarrollo y puesta en funcionamiento del SIIC. 4. Comunicación y consulta del SIIC a sectores involucrados. 5. Apoyo al SIIC del DICREA: a) Recopilación de información, análisis y base de datos de instituciones vinculadas a la cultura. b) Creación de un mapa interactivo. c) Creación de mecanismos para difundir los resultados del SIIC (identificación de líneas de publicación y su creación). d) Realización de talleres de discusión para validar los resultados del SIIC con las principales instituciones involucradas.	X					
	3.2.2 Cuenta Satélite en Cultura funcionando.	PNUD UNESCO UNFPA	MEC	1. Taller técnico de consulta internacional sobre experiencias exitosas en creación de CSCs. 2. Implementación de la CSC: a) Desarrollo de censos sectoriales y consultas internacionales. (año i) b) Equipamiento y programas informáticos. (año i) c) Recolección de información vigente. (año ii) d) Relevamiento y	X			118.569	24.338	21%

				sistematización de información existente. (años ii y iii) e) Generación de información a través de censos y estadísticas de los sectores culturales. (años ii y iii)							
								182.638	58.540	55.386	32%
3.3 Red de profesionales y académicos “Centro Sur” sobre la promoción de las expresiones culturales y sus industrias.	3.3.1 Sinergia entre investigadores, profesionales de la industria cultural, organizaciones especializadas, entidades de cooperación, y beneficiarios del programa conjunto reforzada.	ONUDI, PNUD, UNESCO	MEC	1. Elaboración de un documento de marco conceptual y del plan de acción de la red. 2. Ejecución de un llamado de interés dirigido a profesionales, de todo el país, especializados en promoción de las expresiones culturales para identificar los miembros de la red. 3. Elaboración de líneas estratégicas y planes de acción de la red. REVISAR 4. Establecimiento y gestión de la red. 5. Conferencias y talleres de profesionales académicos. a) Organización de encuentros especializados con la participación de los beneficiarios del programa conjunto para fomentar la cooperación con otras redes vinculadas a la promoción de las expresiones culturales y sus industrias. b) Participación de la red o algunos de sus miembros en eventos internacionales. estratégicos sobre las industrias culturales con el fin de	X			227.260	54.465	28.796	24%
						X					
							X				
								X			
						X					
							X				
						X	X				
							X	X			

			intercambiar experiencias y fomentar la cooperación internacional.							
			6. Apoyo, por parte de la red, al desarrollo del portal del Sistema de Información. a) Elaboración y mantenimiento de un portal internet para la red de profesionales.		X	X				
			7. Creación de una mediateca especializada.		X	X				
Total 3.3							227.260	54.465	28.796	24%

Efecto 4 Proyecto coordinado, monitoreado y evaluado

Productos del programa conjunto	Resultados esperados (SMART)	Organismos de NNUU	Asociado nacional	Actividades indicativas	Cronograma anual.			Asignación de recursos por producto y cronograma previsto.	Monto Ejecutado (Desembolsado + Comprometido)	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento
					A1	A2	A3				
4.1 Unidad de coordinación, monitoreo, y evaluación.	4.1.1 Unidad de coordinación, monitoreo, y evaluación creada y funcionando.	UNESCO	OPP	1. Selección del personal: coordinador, asistente técnico, asistente administrativo. 2. Instalación física de la unidad de comunicación.	X	X	X	184.981	120.604	181.664	65%
	4.1.2 Programa conjunto seguido, monitoreado, y evaluado.	UNESCO UNFPA	OPP	1. Formulación/preparación del proyecto conjunto viví cultura. 2. Actividades de seguimiento y monitoreo. Comunicación pública de las actividades del Proyecto 3. Revisión de medio término del programa conjunto. 4. Evaluación de los logros e impactos del programa conjunto. 5. Estrategia de comunicación.	X	X	X	123.380	100.090		81%
Total 4.1								308.361	220.694	181.664	72%
Avance para formulación del proyecto	Formulación del proyecto	UNESCO	RC	Actividades de formulación del proyecto. Actividades interagenciales, interinstitucionales.	X	X		18.692	18.692	18.692	100%
								Total	Monto Ejecutado (Desembolsado	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento

		+ Comprometido)		
Total sin honorarios de gestión "Management fee" (7%)	3.149.534	1.682.404	1.278.843	53%
Honorarios de gestión "Management fee" (7%)	220.466	117.768		
Total	3.370.000	1.800.172	1.278.843	53%

	Total	Monto Ejecutado (Desembolsado + Comprometido)	Monto Desembolsado (pagado)	% de cumplimiento
Totales programáticos (incluye formulación/preparación del proyecto)				
ONUDI	939.861	494.557	423.448	53%
PNUD	519.923	188.582	121.673	36%
UNESCO	1.089.840	669.541	494.013	61%
UNFPA	199.970	92.864	74.419	46%
UNICEF	199.970	119.771	79.998	60%
UNIFEM	199.970	117.089	85.292	59%

Anexo C Plan Anual de Trabajo Año III

“Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay”

Efecto 1	"La calidad y la competitividad de los bienes producidos por las industrias culturales de Uruguay han sido fortalecidas."												
Producto 1.1	Plan estratégico para incrementar la competitividad de las industrias culturales del Uruguay y la calidad de sus contenidos implementado a partir de la metodología clúster.												
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO					
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto			
1.1.1 Planes estratégicos de los sectores Musical y Editorial elaborados.	Actividades realizadas en el PAT I												
1.1.2 "Clúster" de la industria música creado y funcionando	1. Facilitación y coordinación del clúster música <i>(Incorpora US\$ 15.000 de ONUDI)</i>	X	X	X	X	ONU DI	MEC	MDGF	Personal	15.000			
		Total							15.000				
	2. Apoyo a las empresas del sector de la música para el desarrollo de proyectos. <i>(Incorpora US\$ 22.478 de ONUDI)</i>	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	16.000			
									Contratos	20.000			
									Viajes	3.400			
									Varios	3.226			
		Total				42.626							
		X	X	X	X	ONU DI	MEC	MDGF	Personal	22.000			
	Viajes								16.000				
	Contratos								17.000				
Varios	7.478												
Total				62.478									
1.1.3 "Clúster de la industria editorial creado funcionando.	1. Facilitación y coordinación del clúster editorial <i>(Incorpora US\$ 15.000 de ONUDI)</i>	X	X	X	X	ONU DI	MEC	MDGF	Personal	15.000			
		Total							15.000				
	2. Apoyo a las empresas del sector editorial para el desarrollo de proyectos. <i>(Incorpora US\$ 22.478 de ONUDI)</i>	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Contratos	8.740			
									Varios	4.000			
									Total				12.740
									X	X	X	X	ONU DI
		Viajes	15.000										
		Contratos	17.000										
	Varios	2.082											

									Total	56.082
	3. Capacitación para formar y actualizar a Agentes literarios del país.			X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	10.000
									Contratos	15.300
									Total	25.300
	4. Talleres de debate sobre comercialización y la legislación vigente.			X	X	ONUDI	MEC	MDGF	Personal	5.000
									Formación	20.300
									Total	25.300
1.1.4 Inclusión de la perspectiva de género en el trabajo de los clúster. Clúster fortalecidos interactuando con otros clúster dentro de las IC.	1. Implementación de la transversalización de género en los procesos productivos. (Incorpora US\$ 6.417 de UNIFEM)	X	X	X	X	UNIFEM	MEC	MDGF	Personal	23.017
									Total	23.017
	2. Actividades que promuevan el intercambio entre los clúster	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Contratos	6.190
									Total	6.190
Total										283.733

EFFECTO 1	"La calidad y la competitividad de los bienes producidos por las industrias culturales de Uruguay han sido fortalecidas."									
Producto 1.2	Fortalecimiento de la producción, la comercialización, y la calidad de las artesanías uruguayas.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto
1.2.2 Calidad de la producción y la gestión empresarial del sector artesanal mejoradas.	2. Implementación de asistencia técnica especializada para mejorar el diseño.	X	X	X	X	ONUDI	MIEM	MDGF	Formación	14.717
		X	X	X	X	UNESCO	MIEM	MDGF	Personal	5.573
									Contratos	7.000
									Total	27.290
1.2.3 Promoción de los productos en principales ferias artesanales y eventos culturales o comerciales mejorada.	1. Establecimiento de un fondo de apoyo a las artesanos/as para sus participaciones en ferias.	X	X	X	X	ONUDI	MIEM	MDGF	Viajes	40.000
									Varios	69.380
									Total	109.380
Total										136.670

EFFECTO 1	"La calidad y la competitividad de los bienes producidos por las industrias culturales de Uruguay han sido fortalecidas."									
Producto 1.3	Incubadora distancia de empresas culturales.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto
1.3.1 Capacidades técnicas de los empresarios/as culturales en el interior del país y en Montevideo fortalecidas.	1. Asistencia técnica en la elaboración de planes de negocio para empresas participantes. (Incorpora US\$ 9.280 de ONUDI y US\$ 6.763 de PNUD)	X	X	X	X	ONUDI	MIEM	MDGF	Personal	34.640
									Contratos	24.640
						PNUD	MIEM	MDGF	Contratos	4.000
									Suministros	2.763
				Total	66.043					
	2. Monitoreo y asistencia técnica en la gestión de los emprendimientos.	X	X	X	X	ONUDI	MIEM	MDGF	Personal	18.390
									Total	18.390
Total										84.433

EFFECTO 2	"El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado"									
Producto 2.1	Centros - Usinas para el desarrollo cultural en el interior del país.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación.	Descripción del presupuesto	Monto
2.1.1 Centros - usinas para el desarrollo cultural fortalecidos y en funcionamiento.	1. Fortalecimiento de la gestión y apoyo de las actividades en el territorio a través de RRHH.	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	8.000
									Total	8.000
	2. Integración de la perspectiva de género en los emprendimientos gestionados por la DNC dentro del PC. (Incorpora US\$ 7.490 de UNIFEM)	X	X	X	X	UNFPA	MEC	MDGF	Personal	8.730
						UNIFEM	MEC	MDGF	Personal	28.340
						Total			37.070	
	3 Fortalecimiento/ equipamiento de las usinas en el interior del país. (Incorpora US\$ 13.487 de PNUD)	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Equipamiento	30.000
						PNUD	MEC	MDGF	Equipamiento	43.487
						Total			73.487	
	Total	118.557								

EFFECTO 2	"El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado"									
Producto 2.2	Proyecto "Fabricas": estímulo para el desarrollo de pequeñas industrias culturales en sectores de pobreza en el interior del país.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto
2.2.1 Fábricas establecidas y operando: mujeres u jóvenes emprendedores/as capacitados; así como productos y servicios culturales creados.	1. Talleres para que los emprendedores/as elaboren sus productos o servicios e identifiquen oportunidades de difusión y comercialización (Incorpora US\$ 13.160 de PNUD)	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Personal	24.000
									Suministros	23.350
									Total	47.350
	2. Capacitación en	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Contratos	17.172

	asistencia técnica para la elaboración de negocios de emprendedores/as					UNESCO	MEC	MDGF	Contratos	17.028
									Total	34.200
										81.550

EFFECTO 2	"El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado"									
Producto 2.3	Mecanismos participativos de promoción de la creatividad cultural de los jóvenes y niños/as en situación de riesgo y poblaciones en situación de vulnerabilidad social.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación.	Descripción del presupuesto	Monto
2.3.1 Niños/as y adolescentes en situación de vulnerabilidad formados y sensibilizados en el campo artístico-culturales y sus derechos y acceso a bienes culturales.	1. Formación artística dirigida a niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad. <i>(Incorpora US\$ 4.159 de UNICEF)</i>	X	X	X		UNICEF	MEC	MDGF	Contratos	70.000
									Suministros	10.199
									Total	80.199
	2. Actividades de capacitación de facilitadores sobre los derechos del niño vinculados a la cultura. <i>(Incorpora US\$ 12.470 de PNUD)</i>	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Personal	12.470
									Total	12.470
	3. Creación de espacio cultural dirigido a niños/as y adolescentes, articulado con el plan de impacto habitacional JUNTOS	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Personal	6.830
Equipamiento									6.000	
Total									12.830	
2.3.2 Poblaciones en situación de vulnerabilidad social sensibilizados en sus derechos y acceso a bienes culturales.	1. Desarrollo de actividades culturales y talleres en cárceles. Fortalecimiento de centro de población en situación de calle. <i>(Incorpora US\$ 1.300 de PNUD)</i>	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Formación	16.300
									Suministros	15.000
									Total	31.300
	2. Desarrollo de	X	X	X		UNESCO	MEC	MDGF	Personal	30.000

	actividades para el acceso a bienes culturales de poblaciones del interior del país								Total	30.000
2.3.3 Poblaciones del interior del país involucradas en proyectos de desarrollo cultural a través de mediadores	1. Encuentro mediadores culturales (Incorpora US\$ 3.634 de PNUD)	X				PNUD	MEC	MDGF	Contratos	2.000
									Varios	1.634
									Total	3.634
Total									170.433	

EFFECTO 2	"El acceso de los grupos sociales vulnerados a los bienes culturales como estrategia para el logro de los ODM ha sido mejorado"									
Producto 2.4	Mesas de diálogo y promoción de los ODM.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto
2.4.1 Público sensibilizado y formado sobre el papel de las industrias culturales en el logro de los ODM.	1. Realización de debates sobre los ODM	X	X	X	X	PNUD	MEC	MDGF	Suministros	4.990
									Total	4.990
	2. Llamado a jóvenes y adolescentes y formación en realización de cortometrajes con temática de los ODM. (Incorpora US\$ 13.304 de PNUD)	X	X			PNUD	MEC	MDGF	Formación	13.304
									Total	13.304
	3. Organización, presentación y comunicación de los resultados del concurso de cortometrajes (Incorpora US\$ 15.780 de UNFPA)	X	X			UNFPA	MEC	MDGF	Personal	9.000
									Suministros	3.780
Varios									3.000	
Total									15.780	
3. Concurso nacional de	X	X	X	X	PNUD	MEC	MDGF	Personal	5.000	
								Suministros	10.000	

	murales sobre los ODM con niños/as								Total	15.000
2.4.2 Público sensibilizado sobre la relación entre género y desarrollo cultural.	1. Concurso para la promoción de juguetes no sexistas. (Incorpora US\$ 4.020 de UNFPA)	X				UNFPA	MEC	MDGF	Personal	2.300
									Suministros	1.720
									Total	4.020
	2. Producción de piezas de comunicación masiva sobre los ODM, género y diversidad cultural. (continuidad de muestra itinerante de afiches)	X	X	X	X	UNIFEM	MEC	MDGF	Personal	3.000
									Suministros	9.330
									Total	12.330
	3. Actividades artísticas que contribuyan a la promoción de la equidad de género, diversidad cultural, y apropiación social de los ODM. (Incorpora US\$ 3.679 de UNFPA)	X	X	X	X	UNFPA	MEC	MDGF	Personal	9.000
									Suministros	7.009
									Total	16.009
	4. Implementación de la propuesta creadoras de la cultura con las nuevas tecnologías. (Incorpora US\$ 6.865 de UNIFEM)	X	X	X	X	UNIFEM	MEC	MDGF	Personal	9.865
									Suministros	9.330
									Total	19.195
Total									100.628	

EFFECTO 3	"Las capacidades de la institucionalidad cultural han sido fortalecidas."									
Producto 3.1	Fortalecimiento de las instituciones públicas nacionales y departamentales responsables por la protección y promoción de las expresiones culturales y las industrias relacionadas.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto
3.1.1 Instituciones públicas componentes en industrias culturales consolidadas. A nivel nacional y departamental.	1. Fortalecimiento del DICREA (Estudio de Radiodifusión y Estudio sobre consumo cultural) (Incorpora US\$ 1.035 de PNUD y US\$ 980 de UNESCO)	X				PNUD	MEC	MDGF	Contratos	1.035
						UNESCO	MEC	MDGF	Contratos	980
									Total	2.015
	2. Establecimiento y gestión de una red nacional de teatros (Incorpora US\$ 14.680 de PNUD)	X	X	X	X	PNUD	MEC	MDGF	Personal	14.680
								Total	14.680	
Total										16.695

Producto 3,2

EFFECTO 3	"Las capacidades de la institucionalidad cultural han sido fortalecidas."									
Producto 3.2	Sistema de información de las industrias culturales y cuenta satélite de cultura.									
Metas Anuales O2	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO		
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación.	Descripción del presupuesto	Monto
3.2.1 Sistema de Información de las Industrias Culturales (SIIC) reforzado y mejorado.	1. Apoyo al SIIC del DICREA	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	26.199
									Total	26.199
3.2.2 Cuenta Satélite Cultural (CSC) funcionando.	Implementación de la CSC (Incorpora US\$ 49.145 de PNUD y US\$ 19.015 de UNFPA y 13.000 de UNESCO)	X	X	X	X	PNUD	MEC	MDGF	Contratos	49.145
						UNFPA	MEC	MDGF	Contratos	38.296
						UNESCO	MEC	MDGF	Contratos	13.000
									Total	100.441
Total										126.640

EFFECTO 3	"Las capacidades de la institucionalidad cultural han sido fortalecidas."								
Producto 3.3	Red de profesionales y académicos "Centro Sur" sobre la promoción de las expresiones culturales y sus								

		industrias.									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO			
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto	
3.3.1 Sinergia entre investigadores, profesionales de la industria cultural, organizaciones especializadas, entidades de cooperación y beneficiarios del PC reforzada.	1. Establecimiento y gestión de una red de profesionales y académicos de la cultura (Incorpora US\$ 14.180 de PNUD)	X	X	X	X	PNUD	MEC	MDGF	Personal	34.180	
						Total		34.180			
							UNESCO	MEC	MDGF	Personal	10.000
							Total		10.000		
	2. Conferencias y talleres de profesionales y académicos. (Incorpora US\$ 8.507 de ONUDI y US\$ 10.250 de UNESCO)	X	X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	11.000	
						Total		30.250			
						ONUDI	MEC	MDGF	Viajes	15.000	
						Total		29.677			
	3.3.3 Apoyo, por parte de la red, al desarrollo del portal del Sistema de Información (Incorpora US\$ 10.000 de PNUD)	X	X	X		PNUD	MEC	MDGF	Contratos	10.000	
									Total		10.000
3.3.4 Elaboración y mantenimiento de un portal Internet para la red de profesionales			X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Personal	10.000	
									Total		20.000
3.3.5 Creación de una mediateca especializada. (Incorpora US\$ 14.000 de PNUD y US\$ 17.000 de UNESCO)			X	X	X	UNESCO	MEC	MDGF	Equipamiento	17.000	
						Total		17.000			
						PNUD	MEC	MDGF	Personal	4.000	
									Total		14.000
Total									165.107		

Producto 4.1		Unidad de Coordinación, Monitoreo y Evaluación									
Resultados esperados	Actividades	Cronograma				Organismos de Naciones Unidas	Parte responsable nacional	PRESUPUESTO PLANIFICADO			
		T1	T2	T3	T4			Fuente financiación	Descripción del presupuesto	Monto	
4.1.1 Unidad de coordinación, monitoreo y evaluación creada y funcionando.	1. Coordinación del proyecto (Incorpora US\$ 3.865 de UNESCO)	X	X	X	X	UNESCO	OPP/MEC/MIEM	MDGF	Contratos	76.346	
		Total		76.346							
4.1.2 Programa, conjunto seguido, monitoreado y funcionando.	1. Apoyo a la coordinación, monitoreo y evaluación del proyecto. (Incorpora US\$ 2.272 de UNFPA)	X	X	X	X	UNFPA	OPP/MEC/MIEM	MDGF	Personal	19.200	
		Varios		5.072							
		Total		24.272							
	2. Evaluación final del proyecto (Incorpora US\$ 5.000 de UNESCO)			X	X		UNESCO	OPP/MEC/MIEM	MDGF	Contratos	5.000
			Total		5.000						
3. Estrategia de comunicación (Incorpora US\$ 40.000 de ONUDI y US\$ 9.000 de UNESCO)		X	X	X	X	ONUDI	OPP/MEC/MIEM	MDGF	Varios	40.000	
		X	X	X	X	UNESCO	OPP/MEC/MIEM	MDGF	Contratos	27.700	
		Total		67.700							
Total									173.318		

Total de actividades programáticas	1.457.764
Costos indirectos (7%)	102.042
Total del plan anual de trabajo para el año 3	1.559.806

Actividades programáticas por Agencia. (Incluye remanentes del Año 2)	ONUDI	445.304
	PNUD	331.340
	UNESCO	410.932
	UNFPA	107.107
	UNICEF	80.199
	UNIFEM	82.882

Costos indirectos por Agencia (7% e incluye remanentes del Año 2))	ONUDI	31.171
	PNUD	23.194
	UNESCO	28.765
	UNFPA	7.496
	UNICEF	5.614
	UNIFEM	5.802

Total del plan anual de trabajo para el año 3 por Agencia (Incluye remanentes del Año 2)	ONUDI	476.475
	PNUD	354.534
	UNESCO	439.697
	UNFPA	114.603
	UNICEF	85.813
	UNIFEM	88.684

Distribución del presupuesto del plan anual de trabajo por rubros (Incluye remanentes del Año 2)	Contratos	476.822
	Equipamiento	101.487
	Formación	64.621
	Personal	472.414
	Suministros	100.471
	Varios	152.549
	Viajes	89.400
	Costos indirectos	102.042
	Total	1.559.806

Anexo D Estrategia de Comunicación

“Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay”

Objetivos:

1. Darle visibilidad pública a Viví Cultura, que la población uruguaya conozca el proyecto y sepa qué acciones se están implementando en su órbita. Contribuir con la sostenibilidad del mismo (estrategia de salida): procurar que los temas vinculados al proyecto permanezcan en la agenda de las políticas públicas una vez culminado el mismo. Lograr que los tomadores de decisiones conozcan en profundidad las políticas implementadas por las contrapartes nacionales con el apoyo del proyecto.
2. Contribuir con la difusión del proyecto fuera de Uruguay y mostrarlo como una experiencia posible de replicar en otros países. Si bien el énfasis se pondrá entre países donantes, también procurará promoverse en otros países de la región que pueden enfrentar retos culturales similares a Uruguay.

Públicos destinatarios:

Para el objetivo 1 (visibilidad pública del proyecto):

- Beneficiarios actuales y potenciales beneficiarios del proyecto (será la suma de los públicos específicos de cada componente -músicos, sector artesanal, docentes y usuarios de fábricas y usinas, sector editorial, área de género, etc.-).
- Medios de comunicación nacionales (con énfasis en periodistas especializados en cultura) y algunos medios internacionales.

Para el objetivo 2 (contribuir con la sostenibilidad):

- Ámbito político (representantes del poder legislativo y ejecutivo, autoridades nacionales, locales y departamentales, partidos políticos).

Para el objetivo 3 (promoción internacional):

- Agencias y organismos internacionales, cuerpo diplomático, instituciones culturales extranjeras, donantes, misiones extranjeras en Uruguay.
- Enviados de medios de comunicación extranjeros en Uruguay o en la región.

Acciones:

Para lograr el objetivo 1 (visibilidad pública del proyecto) se implementarán las siguientes herramientas:

- Realización de un folleto en que se explique breve, pero claramente, el proyecto y sus componentes. Su distribución será masiva y se entregará en todas las actividades del proyecto, en oficinas de las instituciones participantes y en centros culturales. Por tal motivo su tiraje deberá ser cuantitativamente importante (se propone una primera impresión de 5.000 ejemplares).
- Implementación de un newsletter mensual que se enviará a diversas bases de datos. La unidad de coordinación lo enviará a las bases de datos ya generadas y cada socio lo podrá reenviar a sus respectivos listados de contactos.
- Promoción de la web a través del reforzamiento del vínculo con otros sitios web y a través de alguna red social masiva como ser Facebook, con la posibilidad de incorporar recursos en campaña para incrementar su tráfico.
- Reunión con periodistas especializados para presentar los resultados del proyecto obtenidos al momento y presentar la última etapa del mismo. Será en formato desayuno o almuerzo. Se convocará a un grupo de periodistas interesados en el tema que puedan dar difusión a las actividades del momento y a iniciativas futuras. Los contenidos presentados en tal reunión deberían contribuir con el trabajo del periodista no limitándose a la información institucional (por ejemplo, podrían presentarse avances, nuevas iniciativas, experiencias de éxito, testimonio personales, etc.)
- Realización de un spot audiovisual (de aproximadamente 3 minutos, y con una versión más corta para promocionar en canales públicos u otros que ofrezcan el espacio gratuitamente) que presente el proyecto en términos generales.
- Presencia en los medios de comunicación. Se trabajará con ATD (empresa contratada para la difusión mediática) en la búsqueda de entrevistas en medios nacionales. Para ello deberá definirse uno o dos portavoces del proyecto que tengan la disponibilidad y la autorización para poder hablar en nombre del mismo y realizar entrevistas y declaraciones.

Para lograr los objetivos 2 y 3 (contribuir con la sostenibilidad y afianzar vínculos con el exterior) se elaborarán los siguientes productos:

- Publicación que dé cuenta de lo realizado y permita visualizar los resultados del proyecto. Será una publicación de alta calidad en relación al diseño, y los contenidos se publicarán en español y en inglés.
- Realización audiovisual que dé testimonio de lo logrado con el apoyo de Viví Cultura. Se elaborará un “mini documental”, basado en testimoniales, que presente las acciones realizadas a lo largo de los tres años de proyecto. El documental estará subtulado al inglés. Aquí se podría pensar también en la posibilidad de hacer también varios videos cortos (formato *youtube*).
- Evento de cierre de proyecto (orientado al ámbito político, ámbito internacional y medios de comunicación). En el mismo se presentarán y entregarán los materiales producidos (publicación y audiovisual). La actividad podría orientarse hacia la difusión de resultados, o proponer un debate del tipo “el futuro de las industrias culturales/creativas en Uruguay” donde se aborde el tema de la continuidad de las acciones iniciadas por Viví Cultura.

Anexo E Plan de Mejora

“Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de la accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay”

<p>Recomendación de la Evaluación N° 1: Se recomienda asegurarse que en las sesiones del Comité Directivo Nacional se discutan aspectos sustantivos y se tomen acuerdos que definan claramente la lógica de intervención, las grandes directrices del Programa, y los roles de cada quien. Para que esto sea posible es necesario evitar la confusión entre los participantes en el CDN del Viví Cultura y el CDN del Fondo de Coherencia.</p>						
<p>Respuesta de la gestión del Programa Conjunto: <i>Desde la OCR se asegurará que las convocatorias al CDN se realicen separadamente de las del Comité Directivo del Fondo de Coherencia para evitar confusión y asegurarse que se utiliza ese espacio para hablar y tratar íntegramente los temas del PC. La OCR y UdC trabajarán previamente con el CDGP todos los temas más operativos del proyecto lo cual facilitará la discusión más sustantiva que se debe llevar a cabo en el marco del CDN.</i></p>						
Acciones clave	Plazo	Responsable/s	Seguimiento		Secretariado	
1.1 Continuar convocando al CDN exclusivamente para el PC.	Setiembre	Comité de Gestión del PC (CDGP)	Comentarios Desde un inicio se ha convocado en exclusividad al CDN para tratar los temas del Programa.	Estado	Comentarios	Estado
1.2 Convocar al CDN al cierre del año II.	ídem	Comité de Gestión del PC (CDGP)	Reunión de carácter informativa/descriptiva.			
1.3 Convocar al CDN para aprobación de PAT año III.	ídem	Comité de Gestión del PC (CDGP)	Reunión de carácter estratégico (PAT III, visibilidad, lógica de intervención, estrategia de comunicación). El CDGP llevará una propuesta concreta para aprobación/validación.			
<p>Recomendación de la Evaluación N° 2 Con relación a lo anterior, se recomienda reestructurar los órganos de gobernanza del Programa de acuerdo a los lineamientos del F-ODM asegurándose que haya una flujo regular de comunicación sobre aspectos sustantivos del Programa entre el CDG, el Equipo de País de Naciones Unidas y la Coordinador Residente del Sistema, para que esta última pueda representar de manera más eficaz los puntos de vista de todos los actores de la ONU y estar más empoderada para tomar decisiones en el marco del CDN.</p>						
<p>Respuesta de la gestión del Programa Conjunto <i>El CDN no considera oportuno re-estructurar los órganos de gobernanza debido a que se está en el último año del PC y esto podría generar mayor confusión que otra cosa. No obstante, se considera importante mejorar el flujo de información y a tal efecto, se informará mensualmente, basándose en los informes presentados por la UC junto con OCR y UNESCO para que los miembros del CDN lleguen a las reuniones plenamente informados y listos para tratar temas más estratégicos y sustantivos.</i></p>						

					Secretariado	
Acciones clave	Plazo	Responsable	Seguimiento		Comentarios	Estado
2.1 Se entablarán reuniones quincenales de seguimiento e intercambio entre la OCR, UNESCO y la UC para mejorar el flujo de información.	Quincenalmente	Unidad de Coordinación	Comentarios Esto se ha venido realizando desde el mes de agosto en forma periódica.	Estado		
<p>Recomendación de la Evaluación N° 3 Se recomienda separar, en la medida de los posible, las funciones de monitoreo de efectos de las de facilitación de la implementación del programa. En esta línea, se recomienda que el Programa apoye la DNC a crear una Unidad de Monitoreo y Evaluación que, empezando con el monitoreo de los efectos del Viví Cultura, pueda progresivamente estructurarse y enfocarse en el análisis de los efectos de las políticas culturales nacionales, lo cual sería coherente con las intenciones del Programa de fortalecer la institucionalidad de la cultura. Para cubrir los costos iniciales de esta iniciativa se podría revisar la estrategia y los productos actualmente previstos para el Efecto III y, eventualmente, redireccionar parte de los recursos. Además, para sumar esfuerzos, se podrían establecer alianzas estratégicas con el sector académico o con fundaciones e institutos de investigación nacionales e internacionales, para definir e implementar conjuntamente investigaciones evaluativas que alimenten las políticas por un lado y la producción e intercambio de conocimientos por el otro. Con esto en mente, se podrían revisar la concepción y los objetivos de la Red Centro Sur</p>						
<p>Respuesta de la gestión del Programa Conjunto <i>Debido al cese del Coordinador y la Asistente Técnico que venían trabajando en el proyecto los dos últimos años, el CDGP aprovechó para redefinir los términos de referencia de estos dos puestos claves así como el perfil profesional. En este sentido, se ha consolidado un equipo que impulsará mucho más el seguimiento y evaluación del PC. En relación con la separación del monitoreo de efectos vs. actividades, se trabajará en el re-diseño y adecuación de la matriz de M&E durante los dos primeros meses del tercer año que tengan en consideración los resultados y actividades previstos para el PAT III así como lo realizado hasta la fecha.</i></p>						
Acciones clave	Plazo	Responsable	Seguimiento		Comentarios	Estado
3.1 Se han contratado dentro de la UC perfiles adecuados (coordinador, asistente técnico) a estas funciones para que trabaje junto a la OCR, las agencias y contrapartes sobre el tema.	Agosto 2010	CDGP	Comentarios La UC trabajará en el re-diseño y adaptación de la matriz de M&E.	Estado En proceso		
3.2 Se planifica desde OCR y UC realizar una capacitación para los RRHH disponibles dentro del PC acerca de líneas generales de monitoreo/evaluación.	Octubre 2010	UC /OCR	La capacitación se enfocará en posibles herramientas de M&E y el público objetivo serán sobretodo los técnicos de la DNC y DINAPYME.	En proceso		
3.3 Se perfeccionarán los instrumentos de monitoreo a través de	Set-dic. 2010	UC				

la adecuación de informes específicos.						
--	--	--	--	--	--	--

Recomendación de la Evaluación N° 4) Se recomienda definir mecanismos e instrumentos que permitan un análisis transversal de los tres componentes del Programa en el marco del CDG, para identificar y optimizar sinergia internas durante la implementación

Una posibilidad podría ser la de elaborar periódicamente breves informes analíticos que evidencien los principales avances y desafíos en cada eje de intervención o producto, de cara a los efectos esperados (puede ser una nota de una página con los tres o cuatro puntos clave que se perciben como importantes y se quiere resaltar, no deben ser reportes de actividades) Los informes deberían producirse regularmente y circularse entre todos los miembros del CDG antes de sus sesiones ordinarias, para alimentar la reflexión colectiva en el marco de una visión estratégica de conjunto. La Unidad de Coordinación puede ser la que articula este mecanismo pero no la que desarrolla el análisis.

Respuesta de la gestión del Programa Conjunto
La UC ya está elaborando boletines informativos internos semanalmente que se envían a todos los miembros del CDGP. Mensualmente se trabajará un boletín especial para mejorar la transversalidad de las acciones y actividades de cada eje. Dicho boletín se discutirá en el marco del CDGP para luego elevar posibles cambios sustantivos al CDN. Tanto en el efecto 2 como 3 se está trabajando coordinadamente entre las contrapartes y agencias involucradas (procedimientos, contrataciones, eventos, actividades).

Acciones clave	Plazo	Responsable/s	Seguimiento		Secretariado	
4.1 Redefinición de PAT año III con enfoque estratégico y transversal teniendo en cuenta posibles actividades/sinergias/resultados conjuntos.	Agosto 2010 en adelante	CDGP	Comentarios Ya se ha discutido e incorporado en el PAT III continuar capacitando a los actores de Fábricas de Cultura en cursos para que éstos cuenten con un “acompañamiento más eficaz para la consolidación de su estructura organizativa y la búsqueda de un punto de equilibrio entre su potencial de oferta y las demandas del mercado “. (Cita informe de medio término). En la Red de profesionales de la Cultura (efecto III) se está trabajando conjuntamente entre el MEC y el MIEM.	Estado	Comentarios	Estado
4.2 Tratamiento de estos temas como prioritarios en la agenda en cada CDGP.	Agosto 2010 en adelante	CGDP				
4.3						

<p>Recomendación de la Evaluación Nº 5 Se recomienda empezar desde ya una reflexión en el CDG y en el CDN para definir una estrategia de salida que evite la interrupción de los procesos en marcha una vez que termine el ciclo de tres años previsto en el diseño del Programa. Al respecto, se recomienda empezar a buscar posibles sinergias con otras fuentes de recursos bilaterales y multilaterales en la hipótesis que, al terminar el tercer año, las Instituciones nacionales todavía no tuviesen capacidad suficiente para absorber las iniciativas del programa.</p>						
<p>Respuesta de la gestión del Programa Conjunto <i>Tanto el CDN y el CDGP entienden que las actividades principales del proyecto forman parte activa de las estrategias de las contrapartes y al haber sido incluidas en el proyecto de presupuesto quinquenal, se espera que tengan la continuidad merecida. Así mismo, AECID en Chile está en el proceso de formulación de un proyecto regional de clúster culturales basándose en la experiencia de Uruguay y otros países y es probable que se le de también continuidad y replicabilidad a la iniciativa a nivel regional.</i></p>						
Acciones clave	Plazo	Responsable	Seguimiento		Secretariado	
5.1 Crear un grupo de trabajo para reflexionar sobre el tema convocado por la UC	Setiembre 2010	CDGP	Comentarios Se intentarán identificar puntos/actividades que no hayan sido contempladas para darle continuidad. Se identificarán otras fuentes posibles de financiación (donantes) que puedan colaborar a la sostenibilidad de las actividades.	Estado	Comentarios	Estado
5.2 Actualmente dentro de la Programación quinquenal de ONU (MANUD) se contemplan algunos de estas temáticas a ser continuadas en los próximos años.						
5.3 Actualmente dentro del Presupuesto quinquenal del Gobierno Nacional se han incluido las prioridades de las contrapartes que darán continuidad a las actividades del PC.	Enero 2011-2015	DNC				
<p>Recomendación de la Evaluación Nº 6 Se recomienda vincular la producción de material divulgativo sobre el Programa a la producción audiovisual y musical de las Usinas, involucrando directamente los beneficiarios en la concepción e implementación de una estrategia global de comunicación, incidencia y visibilidad del Programa.</p>						
<p>Respuesta de la gestión del Programa Conjunto <i>La estrategia de comunicación informará sobre los productos logrados por el PC. No obstante se ha optado por realizar una estrategia que no sólo se base en los productos de las usinas y producción audiovisual ya que se espera un producto final de la más alta calidad.</i></p>						

Acciones clave	Plazo	Responsable	Seguimiento		Secretariado	
6.1 Se ha elaborado una estrategia de comunicación entre las agencias, las contrapartes y los servicios contratados por el proyecto para el área de comunicación (ver Anexo D).	Agosto 2010	Encargada de Comunicación del Programa/ UC Comunicadores de las agencias, Contrapartes nacionales.	Comentarios En la misma se contempla: 1) Públicos objetivo 2) Objetivos de la Estrategia 3) Soportes de la misma (Boletines, documental, etc.)	Estado Diseñada a la estrategia	Comentarios	Estado
6.2 Se intentará difundir la producción audiovisual/musical de las Usinas dentro de las poblaciones objetivo y el público en general.	Setiembre 2010	Encargada de Comunicación del Programa/ UC Comunicadores de las agencias, Contrapartes nacionales.	También se incluirán las producciones de las fábricas y otros elementos tangibles que hayan sido creados y producidos por los beneficiarios.			

Recomendación de la Evaluación Nº 7 Se recomienda articular la estrategia de transversalización del enfoque de género con la estrategia global de comunicación del Programa y con las iniciativas de las mujeres del clúster de la música.						
Respuesta de la gestión del Programa Conjunto						
Acciones clave	Plazo	Responsable	Seguimiento		Secretariado	
7.1 En el PAT III Se trabajarán/articularán los temas de género en todos los productos de la estrategia de comunicación del Proyecto y con los grupos de beneficiarias.	Setiembre 2010	Encargada de área de género. UNIFEM, Contrapartes nacionales.	Comentarios Se planea continuar con las actividades del AÑO II apoyando en los eventos que realicen las contrapartes en relación a género y se continuarán llevando a cabo actividades específicas del Proyecto.	Estado Se están realizando reuniones entre las contrapartes nacionales y UNIFEM para continuar en la línea trabajada en el año II	Comentarios	Estado
7.2 Dentro de la estrategia de	2010	UC (Asistente de		Se trabajará el tema con		

<p>comunicación se abordará el tema de género desde varios lugares: lenguaje no sexista, inclusión de imágenes de manera proporcionada, testimonios de mujeres que han sido beneficiarias y protagonistas directas del proyecto. También se trabajarán conceptos básicos en cuanto a la equidad de género (imágenes, ODMs, textos) y se incluirá la temáticas de los/las jóvenes.</p>		<p>comunicación, coordinadora y asistente técnico, UNIFEM).</p>		<p>los/as encargados/as de comunicación de las agencias para definir una línea discursiva al respecto (visual, conceptual).</p>		
---	--	---	--	---	--	--