



Foto de portada: Iniciativa Spotlight

Iniciativa Spotlight en Argentina

GUÍA DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO

2021



TABLA DE CONTENIDOS

1. ANTECEDENTES	3
2. PROPÓSITO	3
3. GESTIÓN DE CONOCIMIENTO Y PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO	4
4. ESTÁNDARES DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	7
5. PROCESO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO DE CONOCIMIENTO	9
6. ANEXOS	20
6.1. Anexo A. Nivel de revisión externa, según tipo de Producto de Conocimiento	21
6.2. Anexo B. Lista de verificación de productos de conocimiento	27
6.3. Anexo C. Párrafos a sumar en elaboración de TDRs: acciones vinculadas con la generación de conocimiento	29
6.4. Anexo D. Instrumentos para la generación de conocimiento durante el desarrollo de los proyectos de trabajo	31
6.5. Anexo E. Formulario para evaluadoras/es externas/os de los Productos de Conocimiento	39
6.6. Anexo F. Formulario para evaluadoras/es externas/os de los Productos de Conocimiento	42



Spotlight
Initiative



1. ANTECEDENTES

La Iniciativa Spotlight (IS) brinda la oportunidad de demostrar que una inversión significativa, concertada e integral en promover la igualdad de género y políticas para la prevención y atención de la violencia basada en género (VBG) puede marcar una diferencia transformadora en las vidas de mujeres y niñas. En línea con este ambicioso objetivo, es imperativo que la Iniciativa cultive y analice el conocimiento generado a partir de la implementación de distintos proyectos, identificando lecciones aprendidas y prácticas prometedoras e innovadoras.

Es importante reflexionar y sistematizar estos conocimientos para que puedan impulsar los esfuerzos y catalizar el aporte de la inversión realizada. Se espera, entonces, que el legado de la Iniciativa tenga un impacto transformador sobre la planificación y efectiva implementación de políticas efectivas sobre VBG en todo el mundo, así como en términos de potenciar el rol del Sistema de Naciones Unidas (SNU) y estrategias de trabajo conjunto.

En este marco, se espera que la IS en Argentina contribuya a consolidar evidencia sobre políticas, prácticas e instrumentos para la prevención, atención y reparación de la VBG, consolidando una plataforma para la innovación. Por tal motivo, la IS promueve la publicación abierta y la difusión de los Productos de Conocimiento desarrollados una vez que los mismos hayan sido validados en los términos aquí planteados.

2. PROPÓSITO

Esta Guía de Productos de Conocimiento se inscribe en los lineamientos de Gestión de Conocimiento (GdC) de la IS, el plan de trabajo de GdC presentado por Argentina y la Guía de Productos de Conocimiento elaborada a nivel global. Esta Guía tiene tres objetivos principales:

1. **Contribuir en la definición de los Productos de Conocimiento de la IS y establecer estándares para su desarrollo**, de forma de respaldar una comprensión común sobre cómo analizar y producir conocimiento.
2. Apoyar la **producción y difusión** de información y conocimientos relevantes, precisos e impactantes.
3. **Capturar, de manera estandarizada, lecciones críticas aprendidas y conocimiento de vanguardia generado en materia de VBG y la reforma del SNU**, asegurando la garantía de calidad y la coherencia.

Los Productos de Conocimiento ofrecen importantes beneficios, tales como¹:

- Crear y difundir recursos y experiencias que contribuyan a compartir conocimiento sobre VBG generados en el marco de la IS y en asociación con otros actores;

1 [Steffen Soulejman Janus, WorldBank. Becoming A Knowledge-Sharing Organization - A Handbook for Scaling Up Solutions through Knowledge Capturing and Sharing, 2016.](#)

- Promover la generación de conocimiento, fomentando una mayor asimilación del conocimiento sobre VBG, respaldado la planificación e implementación de políticas, proyectos, acciones e instrumentos efectivos para abordar la VBG;
- Compartir el conocimiento generado alrededor de la implementación de acciones innovadoras, integrales y basadas en la evidencia emprendidas en la IS para enfrentar la VBG, así como los beneficios y las lecciones aprendidas de promover una respuesta integral e integrada del SNU en el contexto de reforma²;
- Proporcionar conocimiento de fácil acceso para mejorar el acceso público a la información y contribuir a la toma de decisiones basada en evidencia³.

3. GESTIÓN DE CONOCIMIENTO Y PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO

La GdC se define ampliamente como un conjunto de técnicas, actividades, procesos y herramientas que fortalecen el intercambio de información y experticia en el marco de un proyecto, programa, organización, red de organizaciones y/o comunidad de práctica. La gestión de conocimiento se realiza con el propósito de facilitar la generación de aprendizajes sobre la práctica, ampliar la eficacia y eficiencia del trabajo desarrollado, mejorar los resultados y la sostenibilidad de las acciones y proyectos que se implementan y, de esa forma, contribuir a facilitar el trabajo, aumentar la sostenibilidad, acelerar la innovación y promover la transformación social. Se trata de un proceso lógico, organizado y sistemático para producir, transferir y aplicar conocimiento en situaciones concretas incluyendo una combinación de saberes, valores, información contextual y apreciaciones que proporcionan un marco para su evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información (Davenport y Prusak, 2001).

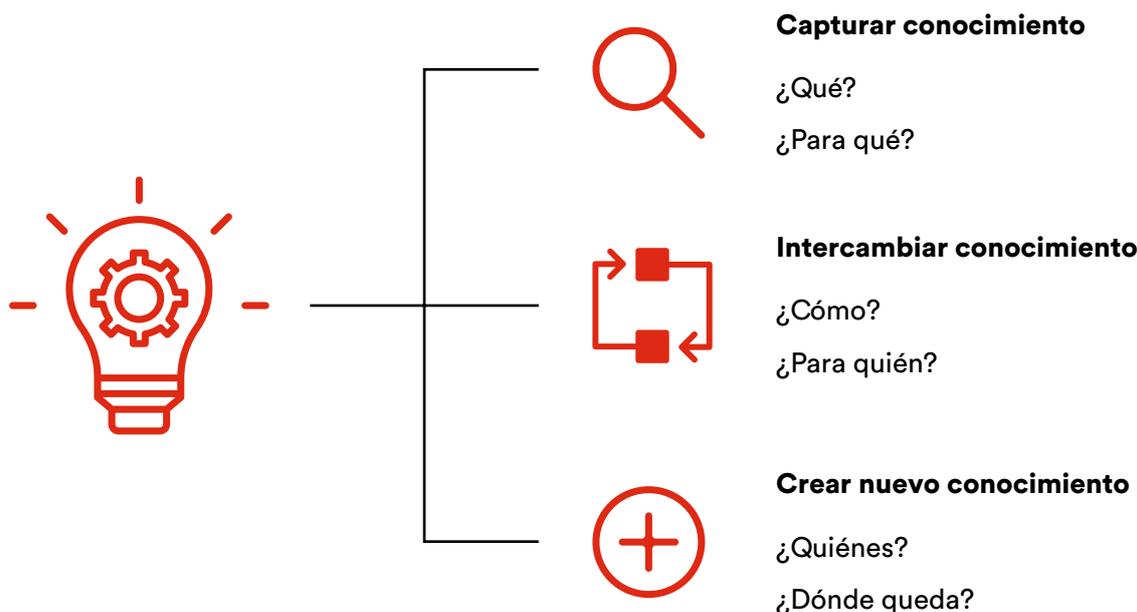
La GdC busca facilitar de manera efectiva la captura, intercambio y creación de conocimientos (gráfico 1) que, a partir de la evidencia generada, posibilite la readequación de las estrategias, la identificación y análisis de los aprendizajes e identifique lo que funciona y no funciona en la Iniciativa en su lucha por la eliminación de la VBG⁴.

² Referido a los lineamientos de la reforma de la ONU orientado al modelo One UN.

³ [UN Women Knowledge Management Strategy: East and Southern Africa, 2018-2021.](#)

⁴ A partir de la Estrategia de Gestión de Conocimiento desarrollada por la Iniciativa Spotlight en El Salvador.

Gráfico 1- Curso de acción de la gestión del conocimiento



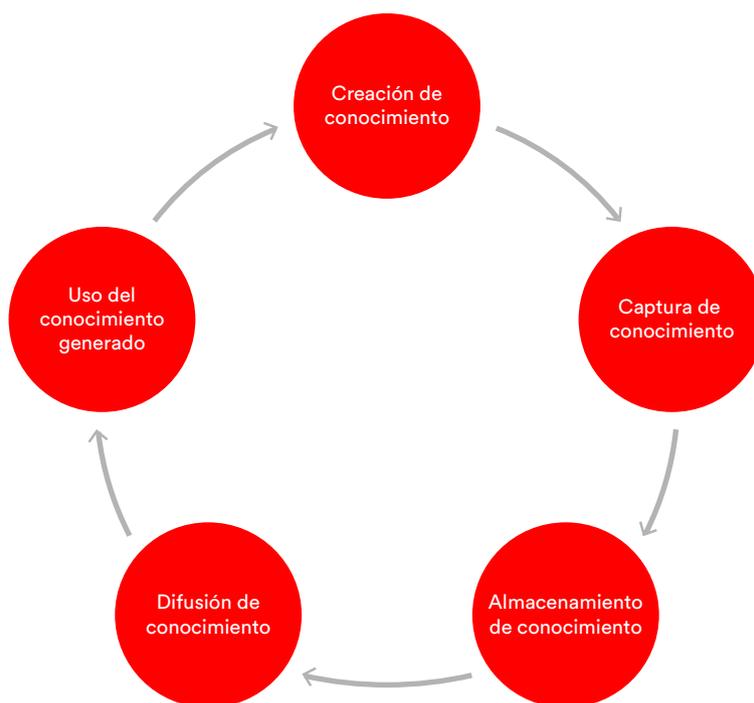
La estrategia de GdC en IS Argentina parte del análisis de distintas experiencias innovadoras y promisorias y de prácticas que puedan considerarse como plataformas para desarrollar otras políticas e instrumentos. La estrategia no se concentra en el desarrollo de las mejores prácticas y los “buenos resultados”.

La propuesta de GdC que se presenta busca enfocarse en los procesos de trabajo y los aprendizajes generados alrededor de los mismos. Se entiende que los productos generados en el marco de este plan de trabajo serán de utilidad para comprender los desafíos y dificultades enfrentadas en el desarrollo y puesta en marcha de la experiencia, distintas etapas de trabajo y lecciones aprendidas en el desarrollo de la experiencia. Dicha propuesta se presenta como un proceso cíclico con componentes diferenciados, pero fuertemente interrelacionados. La GdC implica un proceso continuo entre la recopilación de información y la captura/ generación del conocimiento, así como su almacenamiento, difusión, aplicación y uso (ver gráfico 2)⁵.

Se espera que a lo largo de este proceso se construya y comparta el conocimiento generado en las distintas etapas de implementación del Programa país, pero también en la sistematización de experiencias y prácticas implementadas a nivel local y que puedan contribuir al diseño e implementación de políticas y prácticas más efectivas y sostenibles para eliminar la VDG y el femicidio. Por tal motivo, este sistema de aprendizaje continuo se genera en clara articulación con otros múltiples actores de nivel global (comunidad de práctica Spotlight; agencias, fondos y programas ONU; otros organismos de cooperación internacional), a nivel nacional y subnacional (programa Spotlight y principales contrapartes de trabajo a nivel nacional y en las tres provincias foco de la Iniciativa; otras áreas y/o servicios responsables de implementar acciones para la prevención, atención y reparación de la VDG en los territorios priorizados y en otras provincias y localidades; el movimiento de mujeres y OSC, entre otros).

⁵ A partir del plan de trabajo en GdC de Spotlight en Nigeria (2020).

Gráfico 2 - Ciclo de la gestión del conocimiento



Los **Productos de Conocimiento** incluyen secciones tales como:

- Antecedentes: problemas observados, desafíos enfrentados, vacío de información/ conocimiento al que busca dar respuesta;
- Potenciales usuarias/os (audiencia y/o población objetivo);
- Descripción de lecciones aprendidas y recomendaciones;
- Potencialidad de escalabilidad y replicabilidad: condiciones para la implementación con resultados similares de la experiencia; alcance de las conclusiones, lecciones aprendidas y/o recomendaciones;
- Referencias a documentos más detallados y referencia de contacto para acceder a más información sobre la experiencia. La incorporación de referencias a los detalles sobre la estrategia metodológica, instrumentos desarrollados para su réplica y formas recomendadas de uso/ implementación de la experiencia.

Estos Productos tienen que ser desarrollados atendiendo a las particularidades de los/as potenciales usuarios/as y en un lenguaje accesible y atractivo para que los Productos generados sean utilizados en distintos contextos. Entre los Productos de Conocimiento pueden destacarse:

- *Estudios e investigaciones*: análisis, evaluaciones, notas conceptuales, estudios de caso, resúmenes y fichas técnicas de investigaciones.

- *Herramientas de trabajo:* guías, manuales, protocolo de trabajo, metodología de abordaje, kit de trabajo/ módulo de desarrollo de capacidades, guías de práctica, checklist, spots y herramientas multimedia, notas de orientación.
- *Sensibilización y formación:* guías y/o cartillas para la sensibilización, formación y/o entrenamiento, materiales de formación para uso autoadministrado.

4. ESTÁNDARES DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD⁶

Estos criterios deben considerarse y cumplirse en todas las etapas del desarrollo de un Producto de Conocimiento. Todo documento y/o Producto de Conocimiento a difundir debe cumplir con **todos y cada uno** de los criterios que se indican a continuación:

1. RELEVANTE Y ÚTIL	El Producto de Conocimiento apunta a destacar los desafíos enfrentados, las lecciones aprendidas y las prácticas prometedoras que se pusieron en marcha en el marco de Spotlight.
2. CONTEX-TUALIZADO	El conocimiento responde a necesidades específicas a nivel local, nacional y/o regional, haciendo una contribución valiosa al avance para la eliminación de la VBG en uno o más de los niveles antes mencionados.
3. BASADO EN EVIDENCIA	Se basa en evidencia tanto cuantitativa como cualitativa generada directamente siguiendo criterios metodológicos que garanticen la validez y confiabilidad de los hallazgos. Valora las experiencias directas de quienes trabajan en la promoción y prevención, así como de quienes proveen y reciben servicios , incluidas las organizaciones de la sociedad civil, el movimiento de mujeres y las comunidades ⁷ .
4. INCLUSIVO	Es importante capturar éticamente el conocimiento informal o basado en la experiencia incluyendo distintas voces y perspectivas diferentes ⁸ .

⁶ Este esquema para verificar la calidad del proceso es elaborado a partir de [UN Women Guidance Note - Developing Knowledge Products](#) (ver pp. 8 en adelante).

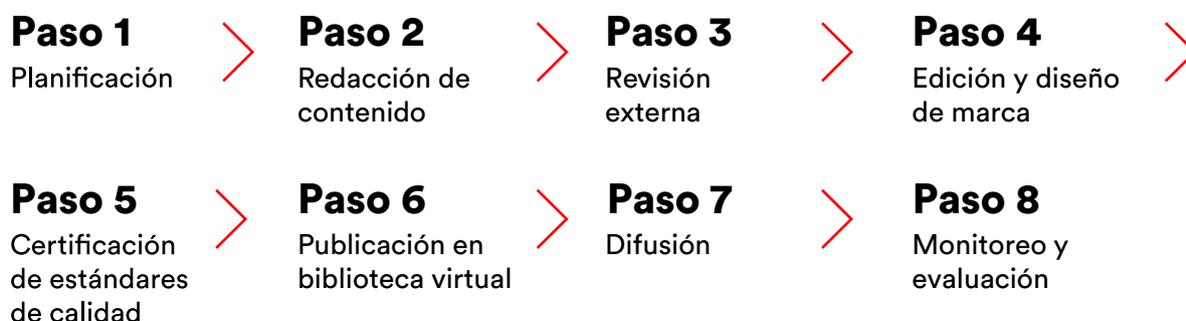
⁷ Esto adhiriendo a principios éticos y a un enfoque que evite la revictimización y/o cualquier daño.

⁸ Cuando se trabaja con sobrevivientes de VBG es crucial estar alineados con los estándares globales y prácticas éticas. Por ejemplo, cuando se desarrollan acciones de campo. Ver Anexo 4 de [Spotlight's Monitoring and Evaluation Strategy](#) que plantea un conjunto de recomendaciones éticas. También puede verse la guía desarrollada en el contexto de COVID-19 por ONU Mujeres y OMS [violence against women and girls data collection during COVID-19](#). Para mayor información puede consultarse [UN Women Virtual Knowledge Centre](#).

	<p>Los Productos de Conocimiento deben incluir distintas experiencias y considerar la perspectiva de las/os destinatarias/os de las acciones que se desarrollan, considerando el principio de “No dejar a nadie atrás”. Dado que la IS prioriza alcanzar a mujeres y niñas atravesadas por múltiples discriminaciones, se da preminencia a la generación, sistematización, difusión y promoción en el uso de Productos orientados a estos grupos en situación de mayor vulnerabilidad.</p>
<p>5. OPORTUNO</p>	<p>Se desarrolla y difunde de manera oportuna para garantizar que siga siendo relevante y que su implementación continúe acelerando el aporte transformador.</p> <p>Es importante que se realicen esfuerzos para garantizar que el Producto pueda difundirse a una audiencia específica que pueda utilizar esos conocimientos generados y contribuya a alcanzar los resultados previstos.</p>
<p>6. ORIENTADO A RESULTADOS</p>	<p>Describe claramente un objetivo y una estrategia clara de trabajo. Debe responder directamente a una necesidad identificada, contribuir a reducir una brecha de conocimiento y basarse en la evidencia generada. El Producto de Conocimiento tiene indicadores mensurables para evaluar su uso y contribuciones al avance de los esfuerzos para poner fin a la violencia contra las mujeres y las niñas.</p> <p>En términos de la orientación a resultados de estos Productos se sugieren medidas que contribuyan a promover no sólo su difusión, sino principalmente su uso. Por ello, los Productos pueden surgir en el marco de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos continuos que incluyan instancias de revisión y validación de los materiales con múltiples actores, entre ellos, las/os destinatarias/os de las acciones que se llevan adelante. • Un proceso de aprendizaje y recuperar las experiencias de distintos procesos, en forma participativa. <p>Asimismo, se espera se promueva la difusión focalizada de los distintos Productos de Conocimiento en ámbitos específicos, comunidades de práctica y/o redes con capacidad de influir en los procesos decisionales</p>

5. PROCESO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO DE CONOCIMIENTO

A continuación se presentan los **8 pasos** en el desarrollo de Productos de Conocimiento de Spotlight en Argentina:



PASO 1: PLANIFICACIÓN	<p>Este paso inicia al momento de definir los Términos de Referencia (TDR) para la realización de un proyecto en el marco de la IS. Todos los proyectos financiados en el marco de la IS deben ser analizados en términos de su contribución a la Gestión de Conocimiento (GdC).</p> <p>Los roles que intervienen en este paso:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La RUNO (agencia responsable de la ejecución de fondos) que va a realizar la contratación presenta el TDR identificando la justificación del proyecto, aporte a la TdC de la IS y productos específicamente generados con hitos claves de entrega. Asimismo, se identificarán los potenciales Productos de Conocimiento que se generen.2. La UC validará los TDRs considerando el aporte a la teoría de cambio de la IS y aportes específicos en relación con los outcomes y outputs en los que se inscribe el proyecto. Se buscará garantizar la coherencia interna y efectividad de la propuesta. Además, la UC considerará la vinculación con la planificación de la GdC, el aporte a la planificación de M&E, así como el posible impacto en términos de visibilidad de la IS y aportes para trabajar en la eliminación de la VBG y la reforma SNU⁹.
----------------------------------	---

⁹ Se considera que en durante la segunda fase los estudios e investigaciones a realizarse en calidad de diagnóstico o mapeo deberán limitarse a los estrictamente necesarios para llevar a cabo acciones de intervención. Por lo tanto, su realización debería ir asociada con la propuesta de intervención que lo justifica.

Para evaluar los TDRs se realizarán **Reuniones de Coherencia Técnica** de las que participen el equipo de la UC, la(s) RUNO que lleve(n) a cabo el proyecto y una RUNO que se vincule con el proyecto por pertinencia temática. Estas reuniones serán de carácter semanal y buscarán asegurar que los proyectos financiados cumplan con los objetivos de las estrategias y los pilares priorizados. De esta forma, se espera contribuir a la complementariedad de las acciones.

Las **Reuniones de Coherencia Técnica**, serán obligatorias y anteriores a cualquier inicio de proceso de adquisición orientado a un producto o servicio, cualquiera sea la modalidad de adquisición definida. **Cada TDR deberá pasar por una revisión de dos reuniones de este tipo:**

- En la **primera** se debatirán las principales líneas a incluir en dichos TDRs. Por lo cual serán instancias de discusión estratégica y donde se presentarán ideas claves en documento esquemáticos iniciales que de ningún modo deberían tratarse de ideas acabadas. La UC, según pertinencia temática, invitará a uno o más de los especialistas de las RUNO que participan de la implementación de la IS a participar de la valoración las grandes líneas del proyecto en elaboración.

La RUNO involucrada deberá anticipar, con un mínimo de 4 días hábiles, el TDR borrador que desea se trate en la reunión de coherencia técnica. De esa forma, se busca poder garantizar la participación de la/s agencia/s pares.

- En la **segunda**, se presentarán TDRs ya elaborados y ajustados a partir de la primera reunión. Los mismos serán evaluados tras la conclusión de dichas reuniones mediante el uso de una ficha técnica a ser completada por el equipo evaluador (UC y uno o más especialistas de Spotlight) que, entre otros, tendrá en cuenta la medida en que se aporta al propósito de la Iniciativa teniendo como referencia la teoría de cambio. los indicadores de la matriz de seguimiento.

Como guía para estas reuniones, se usará una ficha técnica simple para la valoración de las ideas iniciales, que retome lo acordado en la reunión para valoración de las ideas iniciales. La misma incluirá directrices que tras la reunión permitan identificar el producto al que apunta el TDR en términos de proyecto de intervención o proceso de investigación según el caso y el modo en que el mismo vinculará o no con un producto de Gestión de Conocimiento para la cual se incluirá la ficha del **ANEXO B**. En esa misma instancia quedará plasmado a que indicadores de la matriz de seguimiento global aporta dicho proceso y cuales debieran ser los medios de verificación que aporten dicha información.

	<p>El socio implementador (IPs) o contraparte seleccionado para desarrollar el proyecto se compromete a cumplir con los objetivos planteados en la propuestas, presentar los productos en tiempo y forma, resguardando la calidad de los mismos. Se compromete, adicionalmente, a responder a los requerimientos en materia de M&E, GdC y Comunicación, en los términos planteados en <u>ANEXOS C y D.1</u>.</p> <p>Se determina el propósito y el alcance de los Productos de Conocimiento, a medida que se van generando nuevos proyectos y se actualiza, con la información generada por las RUNOs (<u>ANEXO D.1</u>), trimestralmente el plan de GdC. Se espera una consideración de la asignación realista de tiempo y recursos para producir cada uno de los Productos de Conocimiento y garantizar que se siga de cerca el proceso de aseguramiento de la calidad.</p> <p>El paso finaliza con la definición del TDR que organiza la convocatoria y la firma del contrato en donde se precisa en detalle la propuesta y el plan de trabajo.</p> <p>Ver en <u>ANEXOS C y D</u> los instrumentos para seguimiento de proyectos.</p>
<p>PASO 2: REDACCIÓN DE CONTENIDO</p>	<p>Este paso toma en consideración los acuerdos en el paso 1 (planificación) e inicia una vez elaborado el relevamiento y análisis o desarrollada una experiencia que puede caracterizarse como promisorio o innovadora. Las características y el esquema de redacción del Producto de Conocimiento son definidos con intervención del punto focal de GdC (Coordinadora de la IS), y quien ella defina en función del tipo de Producto, además del/ de la especialista de la RUNO que hace el seguimiento del proyecto.</p> <p>La redacción del contenido se puede realizar de dos formas:</p> <p>A. Elaborados en el marco de proyectos financiados, identificados y definidos durante el paso 1.</p> <p><i>En estos casos, se acuerda la estructura del Producto con la intervención de/ la punto focal en GdC (Coordinadora IS).</i></p> <p>B. Elaborados específicamente en el marco de un proyecto asociado con la GdC y que, por lo tanto, requiere de la contratación de un equipo o persona responsable de desarrollar y redactar el contenido del producto de conocimiento. También se consideran los estudios, investigaciones y evaluaciones desarrollados en el marco de la estrategia de M&E.</p> <p><i>En estos casos, se incluye la propuesta dentro del Plan de GdC y cuenta con el acuerdo de las RUNO. Estos productos sistematizan lecciones aprendidas y experiencias promisorias/ buenas prácticas generadas en distintos proyectos. Semestralmente, se ajustará el plan anual e identificará la necesidad de desarrollar nuevos documentos de producción de conocimiento.</i></p>

La definición de las características de este paso se realiza durante el paso 1 (planificación). Se espera que, en su mayoría, los proyectos incluyan la realización de Productos de Conocimiento que contribuyan a la reflexión sobre lo realizado o a presentar mapeos, sistematizaciones, diagnósticos, estudios y análisis, entre otros, de forma tal que puedan atravesar el proceso de validación y sean potencialmente publicables. En todos los casos, y a fin de garantizar la replicabilidad de la experiencia/ estudio o investigación se compartirán los instrumentos de relevamientos y otros materiales de relevancia para garantizar la posibilidad de escalabilidad y replicabilidad de la experiencia.

Fondos adicionales de GdC se asignarán, principalmente, para obtener lecciones transversales orientadas, por ejemplo, a grupos de beneficiarix específicamente identificadas (v.g. población atravesada por múltiples discriminaciones, miradas centradas en una determinada localidad/ región), a lecciones aprendidas vinculadas con los procesos de trabajo o a la generación de instrumentos y metodologías que recuperen distintas experiencias desarrolladas.

Los roles que intervienen en este paso son:

1. Especialista en **RUNO** es responsable del seguimiento y revisión de los avances y primer borrador completo. Esta responsabilidad se vincula con la redacción de contenidos relativos al tipo a) elaborados en marco de proyecto.

Esta responsabilidad será de la persona que es **punto focal de GdC** para los productos de tipo b) elaborados específicamente en el marco de un proyecto de GdC.

2. **Punto focal de GdC** (y, si fuera necesario, quien designe dentro del equipo Spotlight en función de los contenidos específicos del Producto) tiene una intervención vinculante en la definición del esquema de redacción del Producto de Conocimiento y, a solicitud del/ de la Especialista en RUNO, interviene en intercambios previos a la redacción del borrador de Producto en su versión final (previo a la revisión para publicación/ difusión). Tendrá especial cuidado en la observancia de problemas metodológicos, el no seguimiento del esquema de redacción acordado y/o el cumplimiento de los aspectos centrales que lo definen como un Producto a publicar. **La punto focal de GdC puede convocar a especialistas del equipo de la IS para participar de este paso**, en función de las características del producto y su alcance y definición.

Elaborado el borrador del Producto en su versión final (previo a la revisión para publicación/ difusión):

3. Especialista en **RUNO** es responsable de revisar y validar el producto (y el conjunto del proyecto) en términos de que: i) cumpla con lo planificado (pautado en los TDRs, contrato y el plan de trabajo); ii) las fuentes sean creíbles y confiables y las conclusiones sean válidas y pertinentes; iii) aporte al conocimiento, siguiendo criterios de confiabilidad y validez y iv) identifique principales hallazgos. Una vez validado, envía a la UC.
4. La **punto focal en GdC** (o en quien delegue dentro del equipo de la UC) evalúa aporte en términos de relevancia, novedad, confiabilidad y validez de los hallazgos, así como la coherencia e integralidad en relación con otros aportes. La punto focal en GdC podrá solicitar la participación y revisión del documento a algún miembro del equipo Spotlight, según las características del producto. La UC verifica que las fuentes publicadas sean creíbles.
5. La **Especialista en M&E**, en coordinación con la punto focal en GdC, propondrá indicadores para el seguimiento del Producto de Conocimiento (ver paso 8).
6. Las otras **RUNO** recibirán la versión borrador final del Producto de Conocimiento y tendrán un plazo de una semana para hacer comentarios y/u observaciones, si creyeran necesario hacer comentarios, sugerir cambios y/o participantes en el paso 3 (revisión externa).

Finalizada la revisión por parte del equipo de la IS:

7. Especialista en **RUNO** es responsable de sistematizar los comentarios y enviarlos al equipo responsable de la redacción del Producto (tipo a- elaborados en marco de proyecto). Esta responsabilidad recae en el **punto focal de GdC** cuando se trata de un Producto elaborado en el marco de un proyecto de GdC (tipo b).
8. El **socio implementador (IPs)** o contraparte seleccionado para la redacción del contenido, revisa y ajusta el documento en función de estos comentarios a fin de generar una segunda versión final del Producto.
9. Especialista en **RUNO** valida que se hayan realizado las revisiones planteadas y circula a la UC). Esta responsabilidad recae en el **punto focal de GdC** cuando se trata de un Producto elaborado en el marco de un proyecto de GdC (tipo b).

	<p>El paso finaliza con un borrador de la formulación final del Producto de Conocimiento redactado y aprobado por el equipo de la IS, acorde a las funciones antes detalladas. El contenido, estilo y estructura del documento sigue los principios y estándares de la IS, el documento cuenta con revisión gramatical y se encuentra editado, además de en un formato que sigue los parámetros de diseño. No obstante, hasta que no se finalice el proceso de validación definido por esta Guía, estos productos no pueden difundirse ni publicarse.</p> <p>Ver en <u>ANEXO D</u> los instrumentos para seguimiento de proyectos, así como detalle de Productos de Conocimiento (<u>ANEXO D.3</u>).</p>
<p>PASO 3: REVISIÓN EXTERNA</p>	<p>Este paso inicia cuando en el marco de la UC, en consulta con especialista en RUNO que ejecuta la actividad, se define acorde a los lineamientos definidos en esta guía, el procedimiento apropiado para la revisión externa y persona/s que deberían y/o podría/n participar de ese proceso.</p> <p>Los Productos de Conocimiento requieren de una validación de actores externos, siguiendo los criterios definidos en <u>ANEXO A</u> se definirá específicamente el proceso de validación que corresponde según el tipo de Producto de Conocimiento generado y las/os usuarias/os que priorice.</p> <p>El propósito de esta revisión es evaluar la calidad de un Producto de Conocimiento antes de su publicación, verificando el trabajo en cuanto a solidez técnica, importancia, originalidad, relevancia, precisión del análisis de datos y metodología, así como claridad de expresión. La intención, la audiencia objetivo, el tema, el nivel de complejidad, el riesgo de reputación y el tipo de Producto de conocimiento determinan el nivel de revisión externa (por ejemplo, formal o informal) y la composición de los revisores (por ejemplo, internos, externos, socios).</p> <p>Se considerará dentro de esta revisión la validación de versiones preliminares que se pudieran haber desarrollado, convocando a actores claves que forman parte de la audiencia objetivo del Producto de Conocimiento.</p> <p>La revisión externa deberá incluir necesariamente. Idealmente, se considera que durante el Paso 1, cuando se planificación la actividad, pueda definirse el tipo de evaluación externa y el tipo de actor que participará de esa instancia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expertas/os temáticos, con formación académica y metodológica cuando se trata de diagnósticos, estudios, análisis y evaluaciones. Se podrá considerar a expertas/os contratados en otros proyectos y/o aliadas/os de la Iniciativa.

- Referentes del GRSC cuando se trate de herramientas y/o instrumentos generadas para **fortalecer organizaciones de la sociedad civil (OSC)**, el movimiento de mujeres y/o a promotoras/es territoriales. Según las características del Producto, se podrá considerar conveniente sumar en la revisión a referentes de otras OSC socias de la IS.
- Funcionarias/os estatales cuando se trate de herramientas y/o instrumentos para **fortalecer las capacidades institucionales y/o servicios de atención**. Si se trata de instrumentos elaborados para implementar en algún contexto local y/o provincial en particular es central que los responsables de usarlo se formen parte de la elaboración del Producto y también que participen de la validación final.
- **Actores que son definidos como usuarias/os del Producto deben participar del proceso de validación del Producto de Conocimiento.** Por ejemplo, si el Producto va orientado a periodistas debería incluir la revisión de periodistas y/o expertos en comunicación social, si va orientado a brindar herramientas para empresas debería incluir a referentes gremiales del sector empresarial.

Se acordará un plazo de 3 a 4 semanas para la revisión. En virtud de las obligaciones de publicación se podrá definir un plazo más acotado de tiempo. Esto deberá contemplarse al momento de enviar el material para la validación externa. La revisión deberá indicar la recomendación de publicación del Producto:

- Aprobado sin sugerencias de modificaciones. *Se pasa al próximo paso.*
- Aprobado, pero requiere realizar ajustes y/o modificaciones no estructurales. *Estos ajustes y/o modificaciones son realizadas por el socio implementador (IP) con seguimiento de Especialista RUNO contratante. Realizados los ajustes y realizada la validación por la punto focal de GdC se pasa al próximo paso.*
- Requiere ajustes y revisiones sustantivas y estructurales, por lo que tiene que volver a ser revisado externamente, pudiendo convocar a otro/a evaluador/a, antes de definir su condición de publicación. *La revisión sugerida debe ser realizada por el socio implementador (IP), con seguimiento de Especialista RUNO contratante. Realizada una nueva versión del documento final con los ajustes estructurales solicitados, se vuelve al paso 2 (redactar contenidos) y la revisión interna.*
- No cumple los criterios y estándares de publicación. *No se publica el Producto ni se da difusión por ningún medio.*

	<p>El paso finaliza con una decisión sobre la posibilidad de publicación del Producto, según los criterios definidos.</p> <p>Se pueden encontrar más detalles sobre la etapa de revisión externa en el ANEXO A. Ver en ANEXO E instrumento para circular a las/os evaluadores, así como propuesta para intercambio de esa evaluación con contraparte.</p>
<p>PASO 4: EDICIÓN. DISEÑO Y MARCA</p>	<p>Este paso inicia una vez que el Producto de Conocimiento es aprobado en la evaluación que corresponde para el tipo de producto (ver ANEXO B).</p> <p>Si bien el Producto se espera que llegue a esta instancia con una edición y diseño preliminar, requiere una revisión de edición considerando el tipo de Producto en particular. Este paso es desempeñado por la Especialista en Comunicación, que es responsable de revisar que la edición final y diseño se ajuste a los principios y orientaciones de comunicación y establecidos por esta Guía. Asimismo, considerará hacer recomendaciones que puedan implicar la edición estructural y de líneas, la corrección de estilo y, después del diseño, validación del texto. La Especialista en Comunicación valida que el Producto de Conocimiento estén sistematizados y capturen la identidad visual de la Iniciativa, así como también sigan las pautas de la Guía de Comunicación. Si el Producto de conocimiento está en un formato multimedia, como un video, debe estar en formato MP4 e indicar el título, el país y la fecha al comienzo de una primera diapositiva, además de logo Spotlight.</p> <p>Se recuerda que el logo de la Iniciativa Spotlight no puede ir acompañado del logo o referencia a Agencias, Fondos y Programas de la ONU o entidades, misiones o delegaciones de la UE. Ver guía de comunicación aquí y ANEXO F.</p> <p>El paso finaliza cuando la Especialista en Comunicación revisa la edición y evalúa que está editada siguiendo los parámetros antes indicados y los criterios de marca de la IS. Informa de esta situación a la punto focal en GdC.</p> <p>En el ANEXO F se proporciona una plantilla para garantizar que los Productos de conocimiento estén sistematizados y capturen la identidad visual de la Iniciativa. Puede encontrar la Guía de Comunicación aquí y una versión animada del logotipo aquí.</p>
<p>PASO 5: CERTIFICACIÓN DE ESTÁNDARES DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD</p>	<p>Este paso inicia una vez que el Producto de Conocimiento está diseñado y listo para imprimirse (si corresponde).</p> <p>Se trata del paso final previo a iniciar la difusión del Producto de conocimiento. La Coordinadora de la IS, punto focal en Gestión de Conocimiento, certifica que el Producto ha sido finalizado, se alinea con los 6 Estándares de Garantía de Calidad anteriores y está listo para imprimir y/o compartir.</p>

	<p>La punto focal de GdC (Coordinadora de la IS) sigue todo el proceso, especialmente, sobre los resultados de la revisión por pares y cualquier tema sensible. Es acompañada en este seguimiento por la/el Especialista en la RUNO responsable de la actividad que generó el Producto.</p> <p>Este paso finaliza cuando la Coordinadora de la IS envía a todo el equipo el documento en su versión final y pronto a publicarse. En ese correo identifica cuándo será subido a la plataforma y se compartirá en la Biblioteca Virtual.</p>
<p>PASO 6: PUBLICACIÓN EN BIBLIOTECA VIRTUAL</p>	<p>Una vez que el Producto de Conocimiento cumple con todos los estándares de garantía de calidad, se publica en la plataforma de la Iniciativa. Una vez puesta en marcha la plataforma es la Especialista en Comunicación la responsable de su seguimiento y actualización.</p> <p>Asimismo, se carga en la carpeta País correspondiente en la subcarpeta “Productos de conocimiento” de la <u>Biblioteca Virtual</u>. Esta carga es realizada por la Asistente del equipo Spotlight, a solicitud de la Coordinadora de la IS. Asimismo, se difunde a nivel regional (a través de la red de coordinadoras de la IS y las redes sociales compartidas) y se promueve su difusión en newsletter global.</p> <p>Las publicaciones importantes, como investigaciones, documentos de políticas o evaluaciones importantes, son enviadas por la punto focal de GdC a aquí para que las revise el Secretariado de la Iniciativa Spotlight. El seguimiento del envío es realizado por la punto focal de GdC. Una vez aprobado, el producto de conocimiento se puede cargar en el sitio web de Spotlight a nivel global.</p>
<p>PASO 7: DIFUSIÓN</p>	<p>La difusión es el proceso interactivo de comunicar el conocimiento a las audiencias objetivo para que pueda utilizarse a fin de generar cambios y transformaciones orientadas a promover vidas libres de violencia por motivos de género.</p> <p>Todos los Productos de Conocimiento se publicarán, en primer lugar, en la plataforma de la Iniciativa Spotlight y la difusión se realizará tomando en consideración el link a esa plataforma. Una vez publicado el Producto en la plataforma se alienta a distribuirlo por otros medios: twitter de la IS, website y redes sociales de las RUNOs u otras agencias, fondos y programas ONU, la UE, las organizaciones sociales asociadas u otras organizaciones de la sociedad civil y website y redes gubernamentales, entre otros. La difusión de los productos de Gestión de Conocimiento será acordada con la Especialista en Comunicación, que tendrá la responsabilidad de evaluar estrategias definidas acorde a los lineamientos de visibilidad y difusión de la IS.</p>

	<p>En el caso de materiales realizados en asociación con organismos gubernamentales será publicado acordando plazos, estrategias y sitios. Estos acuerdos no podrán contradecir los principios, normas y estándares en materia de comunicación y difusión de la IS.</p> <p>Se alienta también la difusión específicamente orientada a garantizar la diseminación del material entre potenciales instituciones y personas que potencialmente podrían ser usuarias de ese Producto en términos de su rol y responsabilidad de decisión y trabajo. Se buscará garantizar el uso del Producto de Conocimiento en distintos espacios a nivel nacional, provincial y local, así como una contribución a la cooperación internacional. Para ello, la base de datos de la IS, clasificada siguiendo los criterios temáticos e institucionales, se irá actualizando en forma rutinaria. La responsabilidad sobre la administración de la base es de la Especialista en Comunicación. Aportarán a dicha base la Especialista en M&E y las/os Especialistas en cada una de las RUNO, así como equipo de apoyo.</p> <p>La Coordinadora de la IS (punto focal de GdC) en asociación con la Especialista en Comunicación y la Especialista en M&E definirán una estrategia de difusión que, cuando involucre organismos gubernamentales, incluirá excepcionalmente a las áreas técnicas y/o de comunicación de esos organismos. La difusión y visibilización de los productos será responsabilidad directa de la Especialista en Comunicación, acorde a los lineamientos de esta Guía y definidos por la Coordinadora de la IS (punto focal de GdC).</p> <p>La punto focal de GdC podrá delegar en la Especialista en Comunicación el intercambio con el Secretariado para promover un apoyo en la difusión, por ejemplo, destacándola en el sitio web de la Iniciativa Spotlight, el boletín mensual y las comunidades de práctica.</p> <p>Los Productos de Conocimiento que <u>no</u> hayan sido evaluados satisfactoriamente en las etapas anteriores <u>NO</u> se publicarán en la plataforma de la Iniciativa ni podrán editarse y difundirse.</p>
<p>PASO 8: MONITOREO Y EVALUACIÓN</p>	<p>Monitoreo y Evaluación (M&E) apoyará a las/os colegas para evaluar si los resultados pretendidos por el Producto de Conocimiento se están logrando y a determinar qué acciones correctivas se requieren. La Especialista en M&E interviene en la revisión del TDR y Plan de Trabajo indicando indicadores para seguimiento del proyecto y Producto/s de Conocimiento asociados. Ver detalle en Pasos 1 y 2.</p> <p>Estos indicadores se incorporan en el Plan de M&E y serán seguidos en el seguimiento de la Iniciativa (mensual, semestral y anual, dependiendo del contexto).</p>

	<p>Se pueden establecer sistemas de monitoreo para medir el alcance y aceptación del Producto de Conocimiento.</p> <p>Algunos indicadores que podrían considerarse vinculados con el seguimiento de los Productos de Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de productos de GdC publicados en plataforma Spotlight Argentina. • Número de Productos de Conocimiento difundidos en otros espacios (externos a la IS, ONU, UE y socio implementador en desarrollo de Producto)/Número de Productos de Conocimiento publicados. • Número de descargas del Producto de Conocimiento.
--	--

Nota importante: las RUNO se comprometen a seguir los pasos anteriormente acordados, el proceso definido para la publicación, firma, publicación y difusión de los Productos, así como los requisitos de edición y diseño de los materiales. Asimismo, se comprometen a incluir estos principios y estándares en la contratación de socios implementadores, por lo que garantizarán los principios de esta guía y condiciones de uso y difusión de los Productos de Conocimiento.

ANEXOS



6. ANEXOS

ANEXO A. NIVEL DE REVISIÓN EXTERNA, SEGÚN TIPO DE PRODUCTO DE CONOCIMIENTO

Nivel de revisión por pares y duración

Revisión Informal	<p>Las revisiones informales siempre se llevan a cabo internamente y suelen ser revisiones abiertas. Se recomienda que al menos dos especialistas técnicos con experiencia en el tema realicen una revisión por pares informal. Esta revisión incluye la consideración inicialmente realizada por el/la Especialista en la RUNO que realizó la contratación y del responsable de garantizar coherencia en la Unidad de Coordinación (Coordinadora de IS, Especialista en M&E o Especialista en Comunicación).</p> <p>Para la revisión informal se circula el Producto en su versión final borrador a todo el equipo de la IS. Se asigna 1 semana por si quieren enviarse comentarios. Con la excepción de que se trate de un Producto que, por sus características, esté directamente asociado con el trabajo que otro/a Especialista está liderando en una RUNO diferente y sea específicamente solicitada la revisión por parte de la Punto Focal en GdC, no será obligatoria la revisión de otros/as Especialistas de la IS. Por lo tanto, cumplimentada la revisión, en los términos antes previstos en pasos 1 y 2, se avanzará en la publicación y difusión de los contenidos.</p>
Revisión Formal	<p>Las revisiones formales son más estructuradas que las informales. Pueden incluir:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La realización de un taller, una mesa de presentación y/o discusión de los resultados con expertos/as, usuarios/as y equipos participantes de la implementación de política, programas y proyectos. El material a circular se validará en forma previa a la reunión y en forma posterior, el/la Especialista responsable del proyecto, sistematizará los principales comentarios, incluyendo problemas observados, sugerencias y recomendaciones. Ver ANEXO E.2.2. La circulación del material entre potenciales usuarias/os, luego de una validación de la punto focal en GdC, y la revisión del mismo siguiendo distintas dimensiones. Ver ANEXO E.

Duración de la Revisión por Pares

La **duración del proceso de revisión por pares** depende del tipo de Producto de conocimiento y su complejidad, así como los plazos para cierre de proyecto y publicación (Ver [ANEXO A.1.](#)).

Estas revisiones involucran a expertos externos y pueden ser una revisión simple ciega o una revisión doble ciega.

Es importante que haya un cronograma para la revisión. **Se recomiendan aproximadamente tres o cuatro semanas para la revisión por pares, con dos semanas adicionales para incorporar comentarios y realizar ajustes y revisiones.** Como se señaló anteriormente, estos plazos podrían ajustarse. En todos los casos, los plazos se definirán en forma previa al envío a revisión por pares. Ver [ANEXO E.](#)

Nota importante: todas las revisiones (formal, informal y/o revisión por pares) incluyen, como se indica en los pasos definidos en la presente Guía, la revisión y aprobación inicial del/ de la Especialista de IS en la RUNO previa al envío a la UC. La estrategia de aprobación se define por propuesta de la UC y en intercambio con el/ la Especialista en la RUNO.

Consejos para una revisión externa eficiente

- Considerar expertas/os que forman parte de otros proyectos asociados con la Iniciativa Spotlight en Argentina.
- Usar rosters de expertas/os en VBG compilados por entidades del SNUA (por ejemplo, expertos del sistema de la ONU, universidades, investigadores, ONG y OSC, etc.).
- Indicar claramente el cronograma y los plazos de su Producto de conocimiento antes de comprometerse formalmente con la/el experta/o externa/o para garantizar la entrega oportuna.
- La contratación de expertas/os externas/os puede requerir financiación. Asegúrese de que esto esté alineado con el presupuesto disponible para su gestión del conocimiento, M&E o resultados del programa.

- Asegurarse de que los pares evaluadores no expresen su punto de vista político en el proceso de revisión y de que se adhieran a los valores de la ONU (integridad, profesionalismo, respeto por la diversidad) y traten el Producto de Conocimiento de manera confidencial, declaren cualquier conflicto de intereses y no se aproveche injustamente de su posición privilegiada. Ver en ANEXO E propuesta de insumos para elaboración de TDR.

ANEXO A.1. TIPO DE PRODUCTO DE CONOCIMIENTO EN RELACIÓN AL TIPO DE VALIDACIÓN REQUERIDA.

Se puede desarrollar una gama de productos de conocimiento que pueden adoptar diferentes formatos. La siguiente tabla describe los Productos de Conocimiento comunes que se pueden producir bajo la Iniciativa Spotlight con el nivel correspondiente de revisión por pares recomendado. También se pueden producir otros tipos de productos de conocimiento, en cada caso la Coordinadora de la IS, en articulación con la Especialista en M&E y la Especialista en Comunicación, propondrá la estrategia de construcción del Producto, validación y difusión garantizando los principios que se establecen en la Guía.

Tipología de productos de conocimiento con nivel de revisión por pares

Tipo de Producto de Conocimiento ¹⁰	Descripción	Nivel de revisión
Trabajos de investigación	<p>Los artículos de investigación presentan una indagación sistemática que implica la recopilación de datos; documentación de información crítica y análisis e interpretación de esos datos/información para proporcionar/establecer nuevos hallazgos y conclusiones. Estas investigaciones tienen que respetar criterios metodológicos de validez y confiabilidad y especificar detalladamente la metodología utilizada y fuentes de información contrastadas.</p> <p>A menudo se desarrollan en asociación con otras organizaciones y presentan recomendaciones basadas en evidencia para la formulación de políticas. Cualquier investigación realizada a través de la Iniciativa Spotlight debe llenar un vacío de conocimiento claramente identificado que es fundamental para acelerar y/o fortalecer la calidad de la programación de la eliminación de la VBG.</p>	Revisión formal o Evaluación de Pares

10 A partir de [UN Women's Guidance Note on Developing Knowledge Products](#)

<p>Evaluaciones</p>	<p>Estos Productos de Conocimiento presentan resultados de la evaluación de una política pública, un programa y/o un proyecto de amplio alcance y/o de una experiencia promisorio, con el fin de replicarla. La evaluación se realiza siguiendo criterios metodológicos de buenas prácticas en evaluación de programas y proyectos.</p> <p>Se difunden los resultados a fin de promover una comprensión profunda de una política y contribuye al fortalecimiento de las políticas públicas y/o de intervenciones programáticas. Se difunden también los instrumentos metodológicos elaborados para su desarrollo.</p>	<p>Revisión Formal o Evaluación de Pares</p>
<p>Nota de orientación</p>	<p>Discutir los marcos normativos, las principales ideas conceptuales, los hechos, las buenas prácticas y los desafíos, y brindar orientación práctica sobre cómo abordar estos problemas mediante programas y reformas de políticas.</p>	<p>Revisión informal o Revisión formal, dependiendo el público objetivo.</p>
<p>Resúmenes / Fichas técnicas</p>	<p>Proporciona una descripción general de un problema o describe una experiencia prometedora, principalmente para crear conciencia o resaltar tendencias emergentes. Es un producto de conocimiento dinámico (alrededor de 2 a 4 páginas) que es accesible y fácil de usar y se puede producir en un corto período de tiempo. Deben permitir que el lector comprenda inmediatamente de qué se trata el problema.</p> <p>Los resúmenes se basan generalmente en informes de investigación existentes y / o investigaciones encargadas externamente. Todos los estudios e investigaciones realizadas deben presentar un resumen publicable.</p>	<p>Revisión Informal</p>
<p>Documentos de políticas</p>	<p>Sintetiza los resultados de una investigación, el análisis y las recomendaciones de políticas públicas sobre áreas clave vinculada con VBG en un formato accesible y lenguaje orientado a tomadores de decisión y hacedores de políticas públicas (alrededor de 5 páginas).</p>	<p>Revisión de Pares (investigación/ documento completo)</p> <p>Revisión informal (resumen)</p>

Documentos de posición / documentos de estrategia temática	Describe la estrategia de la Iniciativa Spotlight en temas o áreas específicas y son particularmente útiles para ayudar a definir un enfoque unificado para temas nuevos, emergentes, complejos o sensibles vinculados a la VBG. Pueden incluir mensajes clave y orientación para los colegas de Spotlight.	Revisión informal (incluyen validación por parte de todo el equipo de la IS, según rol/ temática abordada).
Kits de trabajo/ Módulos de desarrollo de capacidades	<p>Son Productos de Conocimiento instrumentales, incluyen contenidos y orientaciones metodológica para el fortalecimiento de las organizaciones que implementen iniciativas de desarrollo de capacidades. Incluye también programas de formación y/o entrenamiento de equipos y materiales para la sensibilización, capacitación y entrenamiento.</p> <p>Estos Productos incluyen una especificación de los objetivos propuestos, el contexto en el que se generó el contenido, potenciales usuarios, refleja algunas lecciones aprendidas, así como también modalidades y metodologías sugeridas para su uso. Este tipo de Productos refleja condiciones de viabilidad para su implementación y define perfiles y responsabilidades.</p>	Revisión Formal que incorpore a potenciales usuarias/os y usuarias/os de la experiencia.
Infografías	Imágenes visuales como gráficos o diagramas que se utilizan para representar información o datos. Esta puede ser una forma alternativa de presentar o complementar la información de los informes basados en texto.	Revisión informal
Mapeos	<p>Se pueden realizar mapeos para identificar dispositivos existentes, evaluar los recursos disponibles, productos de conocimiento sobre un tema determinado, prácticas basadas en evidencia bajo un pilar, revisiones bibliográficas sobre una forma de VBG, entre otros.</p> <p>Se difunden también los instrumentos metodológicos contruidos y las bases de información generadas en formato editable/ procesable.</p>	Revisión informal
Newsletters	Contiene noticias recientes, historias humanas, iniciativas relevantes, eventos y materiales de aprendizaje. Incluye una variedad de recursos, orientación y herramientas. También suelen compartir oportunidades relevantes (como convocatorias de propuestas, vacantes de la Iniciativa Spotlight) y actualizaciones sobre actividades destacadas por realizar.	Revisión informal.

	<p>Estos Productos de Conocimiento son publicados en forma bimestral y su elaboración es responsabilidad de la Especialista en Comunicación. La estructura es validada por la Coordinadora de la IS y sus contenidos sobre noticias recientes son validados, aprobada su incorporación en esquema de estructura, por Especialista responsable de la actividad sobre la que se está informando. En algunos casos, se podrá requerir validación cruzada con organismo público asociado al proyecto.</p> <p>Con todos esos acuerdos y revisiones previas, el newsletter es presentado por la Especialista en Comunicación para la aprobación final por parte de la Coordinadora IS.</p>	
<p>Multimedia: Videos, Herramientas Interactivas</p>	<p>La narración visual se utiliza interna o externamente como herramienta de aprendizaje, promoción y sensibilización, como videos y herramientas interactivas.</p> <p>El conocimiento crítico generado a partir de la programación también se puede comunicar a través de multimedia, como una herramienta interactiva o un video creativo sobre lecciones aprendidas y buenas prácticas para promover el aprendizaje.</p>	<p>Revisión informal</p>

ANEXO B. LISTA DE VERIFICACIÓN DE PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO

Lista de verificación de productos de conocimiento (Marque cuando la respuesta es afirmativa)	
1	<p>Establece un objetivo claro y detallado y una justificación. Resulta claro el conocimiento que se tiene la intención de compartir a través de este producto.</p> <p><i>Pregunta guía:</i> ¿Avanza este Producto de Conocimiento en los esfuerzos para eliminar la VBG? ¿Lo hace en un nivel local/nacional/regional/global y proporciona información útil y relevante sobre la implementación de la Iniciativa Spotlight?</p> <p><i>Otra posibilidad:</i> ¿Avanza este Producto de Conocimiento en los esfuerzos para la reforma del SNUA y promover una respuesta más integral e integrada para el desarrollo sostenible?</p>
2	<p>Se especifica el público objetivo, la audiencia a la que quiere llegar y el propósito de ofrecer este Producto de Conocimiento a ese grupo.</p> <p><i>Pregunta guía:</i> ¿Quiénes son las/os destinatarios de este Producto? ¿El mismo beneficia a las mujeres en situación de VBG? ¿Tiene una mirada que incluye a mujeres y niñas atravesadas por múltiples discriminaciones?</p> <p><i>Otra posibilidad:</i> ¿El mismo beneficia a la reflexión sobre el proceso de reforma del SNU?</p>
3	<p><i>Pregunta guía:</i> ¿El producto de conocimiento cumple con los 6 estándares de garantía de calidad?</p>
4	<p>¿El producto de conocimiento ha pasado por los 8 pasos del proceso de desarrollo del producto de conocimiento y ha cumplimentado con las revisiones, en los términos planteados en ANEXO A?</p>
5	<p>Se cuenta con fondos necesarios para generar el Producto de Conocimiento y/o sus ajustes para poder transformarlo en un Producto de este tipo y publicarlo, una vez superados los pasos.</p> <p><i>Pregunta guía:</i> ¿Cuáles serán los recursos humanos y financieros necesarios para producir este Producto de conocimiento? ¿Se incluye esto en la gestión del conocimiento o en el presupuesto programático¹¹?</p>

¹¹ En el paso 1 se evalúan los TDRs de los distintos proyectos, identificando potenciales Productos de Conocimiento y asignando fondos para su elaboración, asimismo se establecen las prioridades en el Plan de GdC. Nuevos Productos de Conocimiento podrían pensarse a partir de experiencias y aprendizajes que surgieran de la misma práctica y que no fueran inicialmente anticipados. También se puede dar la situación que algún producto en el marco de un proyecto tiene potencial de ser un Producto de Conocimiento pero requiere ser revisado y/o ajustado.

6	<p>El Producto de Conocimiento resguarda los acuerdos y contribuye al fortalecimiento de socios y/o potenciales usuarios.</p> <p><i>Pregunta guía:</i> ¿El Producto se ha comprometido y fue validado con las partes participantes en el proyecto, por ejemplo, sociedad civil, gobierno o comunidades? ¿El Producto se ha presentado y validado por partes interesadas relevantes?</p>	
7	<p>El Producto de Conocimiento cuenta con una estrategia de difusión que garantiza el uso del mismo. En esa estrategia se garantiza que el Producto se difunda a personas e instituciones directamente involucradas en el desarrollo e implementación de acciones para las que el Producto resulte de utilidad.</p> <p>La estrategia de difusión fue desarrollada por la Especialista en Comunicación en asociación con la Coordinadora de la IS y, cuando corresponde, validada con la RUNO responsable del proyecto que dio origen a ese Producto.</p> <p><i>Pregunta guía:</i> ¿Se ha diseñado una estrategia de difusión para garantizar una mayor aceptación del Producto de conocimiento? ¿Se estableció un plan de distribución y divulgación con responsabilidades identificadas? ¿Cuál es el formato más apropiados y relevantes que se utilizan para difundir y asegurar la asimilación de este conocimiento?</p>	

ANEXO C. PÁRRAFOS A SUMAR EN ELABORACIÓN DE TDRS: ACCIONES VINCULADAS CON LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO.

En la elaboración de los llamados y convocatorias a socios implementadores se buscará garantizar que se generen materiales en los que se reflexione y reflejen en forma sistematizada aprendizajes generados en el marco de la formulación e implementación de cada uno de los proyectos. Por tal motivo, desde la formulación de la propuesta se buscará identificar potenciales Productos de GdC asociados con el conjunto de actividades que se llevarán adelante.

En algunos casos, **los términos de referencia (TDRs) se concentrarán en la elaboración de Productos de Conocimiento** y, en tal sentido, se espera sean publicados una vez que atraviesen los procesos de validación pautados en esta Guía. Entre estos Productos podrán identificarse: guías con recomendaciones, cajas de herramientas, estudios, entre otros. Estos Productos deben formar parte del Plan de Gestión de Conocimiento y, por lo tanto, recuperan experiencias de distintos proyectos, sistematizan lecciones aprendidas, buenas prácticas, experiencias innovadoras y prácticas promisorias (ver [ANEXO D.3](#)).

En otros casos, **los TDRs se refieren a otro tipo de procesos**, por ejemplo, de formación y/o sensibilización, intervención y/o actuación orientada a fortalecer un servicio/ organismo público/ organización de sociedad civil. En estos casos, el objetivo general no se relaciona con la generación de un Producto de Conocimiento. Sin embargo, se espera que, en función de la experiencia, se genere una reflexión que contribuya a identificar aprendizajes, hallazgos relevantes, buenas prácticas y potencial innovador y de réplica de la experiencia (ver [ANEXO D](#)).

Como forma de contribuir al desarrollo y difusión del conocimiento generado en el marco de la IS se espera que todos los TDRs incorporen las siguientes actividades:

- Contribución a la gestión de conocimiento de la Iniciativa Spotlight, promoviendo espacios que contribuyan a una reflexión sistemática de la experiencia de trabajo y su registro como, por ejemplo, los SpotlightLAB.
- Identificación de citas textuales, referidas a la experiencia en el marco del proyecto, acción llevada adelante y/o mirada sobre los resultados generados por parte de los actores involucrados, usuarias y beneficiarias. Estas citas relevantes podrán ser retomadas en materiales de comunicación y difusión sobre la Iniciativa.
- Elaboración de un resumen ejecutivo que refleje los principales hallazgos, alcance de la experiencia y resultados en el marco de la implementación del proyecto, siguiendo los lineamientos definidos en la Guía de Productos de Conocimiento y en articulación con la punto focal en Gestión de Conocimiento (ver [ANEXO D](#)).

Los socios implementadores se comprometen a tener una mirada orientada a reflejar en forma sistematizada los conocimientos generados durante la implementación del proyecto desarrollado en el marco de la Iniciativa. Esta información será compartida con el equipo de la IS, a través de la persona responsable del seguimiento del proyecto (especialista del programa Spotlight en RUNO).

La generación de conocimiento dentro del proyecto no implica la publicación y/o difusión automática de esos materiales. Esta Guía establece las condiciones de validación de tales Productos, pero también es importante considerar que los aprendizajes generados en los distintos proyectos pueden contribuir a generar productos y/o materiales que sistematicen lecciones aprendidas.

ANEXO D - INSTRUMENTOS PARA LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DURANTE EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS DE TRABAJO.

ANEXO D.1 - INSTRUMENTO VINCULADO AL PRIMER PRODUCTO Y/O PLAN DE TRABAJO

El **primer producto y/o plan de trabajo** debe incorporar un recuadro que incorpore las siguientes referencias en forma breve y sintética. Las RUNO pueden hacerlo a través de sus especialistas o solicitarlo al socio implementador¹²:

1. Nombre del proyecto	Indicar el nombre del proyecto tal como aparece en el contrato.
2. Pilar y RUNO de referencia	Especificar el número de pilar en el que se inscribe el proyecto. También se especifica la RUNO (Agencia, fondo o programa de la ONU responsable de la ejecución del proyecto).
3. Objetivo General	Especificar en forma breve el Objetivo General del proyecto, considerando posibles ajustes que se pudieron realizar durante su ejecución.
4. Objetivos Específicos	Especificar en forma breve los Objetivos Específicos del proyecto, considerando posibles ajustes que se pudieron realizar durante su ejecución. En los casos en que fuera posible, se identifican las metas definidas
5. Problema/necesidad a la que busca dar respuesta: Según el tipo de proyecto puede referirse a vacío de información y/o conocimiento que busca dar respuesta.	Según el tipo de proyecto puede referirse a vacío de información y/o conocimiento que busca dar respuesta. Detallar el problema, incluyendo evidencia, que justifica el proyecto a desarrollar. Se refiere a problemas, necesidades y debilidades que se busca revertir. En el caso de estudios e investigaciones pueden indicarse las debilidades y/o ausencias de conocimiento que generan la necesidad del desarrollo del proyecto en cuestión. Se orienta a justificar la relevancia del proyecto y su justificación.

¹² No se trata de un trabajo adicional sino de clarificar el alcance del proyecto en forma sintética y orientado por cuestiones claves para el M&E y la GdC. Esta información debería desprenderse del TDR si este resguarda criterios de calidad.

<p>6. Resultados esperados</p>	<p>Identificar específicamente los resultados que se esperan al finalizar el proyecto. Los resultados pueden ser de distinto tipo. Por ejemplo, elaboración de un diagnóstico, realización de un estudio, realización de talleres y cursos de capacitación, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando se trata de documentos, se espera se identifique la cantidad de documentos (diagnóstico, análisis, guía), instrumentos y/o kits de herramientas que en su versión final se espera entregar. • Cuando se trata de acciones de capacitación, entrenamientos, talleres u otras actividades que convocan a participantes, se espera se identifique la cantidad esperada de participantes de esos espacios. Indicando las características de los participantes a los que se buscará alcanzar.
<p>7. Impacto esperado en la eliminación de la VBG</p>	<p>Identificar en, <i>no más de 1.000 caracteres con espacio</i>, la forma en que se espera que el proyecto pueda contribuir a la eliminación de la VBG (en relación con el aporte al pilar concreto en que se inscribe el proyecto).</p>
<p>8. Beneficiarixs directxs e indirectxs</p>	<p>Identificar a quién se busca beneficiar con las acciones desarrolladas. Los beneficiarias/os indirectas/os son quienes reciben/ se apropian/ usan en forma directa los productos, actividades, bienes y/o servicios generados en el marco del proyecto. Por ejemplo, participan de la formación o se espera sean usuarixs de la guía elaborada o del Manual elaborado. Es la audiencia o población objetivo.</p> <p>Los beneficiarixs indirectxs son quienes se ven beneficiados a partir del “uso” del producto, actividades, bienes y/o servicios generados en el marco del proyecto, aún cuando no sean un usuarix directx de los mismos. Por ejemplo, una capacitación orientada a las operadoras de la línea 144 en atención de mujeres Sordas en situación de VBG (beneficiarias directas) se espera que beneficie en forma indirecta a las mujeres Sordas. Son las mujeres Sordas las beneficiarias indirectas y/o finales de esa actividad/ producto desarrollado.</p> <p>En algunos proyectos, puede no haber diferencia entre el beneficia/o directa/o e indirecta/o. Por ejemplo, un taller de sensibilización sobre los derechos de las mujeres indígenas e instrumentos para la prevención y alerta temprana de la VBG que es realizado en las comunidades indígenas de una región específica.</p>

	<p>Algunos tipos de destinatarias/os:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno y servicio público: altas autoridades (decisores), personal en distintos sectores de implementación de políticas públicas (educación, seguridad, salud), operadorxs de justicia, equipos áreas de género, otros. • Líderes de opinión: comunicadoras/es sociales, representantes sindicales, empresariales, directivas/os de entidades deportivas, entrenadoras/os, deportistas/os, otros. • Organizaciones sociales: promotoras/os territoriales, organizaciones sociales. • Grupos de población específica: niños/as y adolescentes, jóvenes, personas en situación de VBG, LGTBIQ+, mujeres indígenas, mujeres rurales, mujeres con discapacidad, mujeres migrantes, mujeres isleñas, trabajadoras sexuales y personas en situación de prostitución, varones, otros.
<p>9. Potenciales productos de Gestión de Conocimiento (si estuvieran previstos)</p>	<p>Cuando el proyecto en cuestión plantea el desarrollo de algún producto que sistematice conocimiento generado a partir de la experiencia y práctica desarrollada y se presente de forma que pueda ser difundido y utilizado en la réplica y/o adaptación de la experiencia. Algunos productos de este tipo pueden referirse a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios e investigaciones: evaluaciones, estudios y análisis, notas de práctica, estudios de caso. Se espera que estos materiales presenten un detalle de la propuesta metodológica e instrumentos de relevamiento. • Herramientas de trabajo: guías, manuales, protocolos de trabajo, check list, instrumento de relevamiento (mapeo), cajas de herramientas. • Sensibilización y formación: guías y/o cartillas de formación. <p><u>No</u> necesariamente todos los proyectos prevén el desarrollo de este tipo de productos. En los casos, en que no se prevé el desarrollo de este tipo de productos indicar: No Corresponde.</p>

10. Potenciales acciones de visibilización/ difusión de contenidos (si estuvieran previstos)

Cuando el proyecto en cuestión plantea la realización de acciones de visibilización. Por ejemplo, la realización de campañas de comunicación y/o spots de difusión. Se espera se especifiquen dichos productos esperados en esta sección, identificando el momento en que se programa (fecha prevista).

Algunos proyectos incluyen la realización de alguna acción de alta visibilización, por ejemplo, con participación de altas autoridades y/o referentes en la temática. Si se prevé organizar este tipo de acciones también deberían indicarse en esta sección, identificando el momento en que se programa (fecha prevista).

En cuanto a la difusión de los contenidos, se destaca que la misma no puede realizarse hasta no cumplimentar los requisitos de validación que se detallan en esta Guía.

Se recuerda que todas estas acciones deben ser coordinadas con el equipo de la Iniciativa Spotlight y deben contar con la validación de la Especialista en Comunicación.

No necesariamente todos los proyectos prevén el desarrollo de acciones de visibilización/ difusión de contenidos. En los casos, en que no se prevé el desarrollo de este tipo acciones indicar: No Corresponde.

ANEXO D.2. - INSTRUMENTO VINCULADO CON EL INFORME FINAL

El Informe final del proyecto debe incorporar un recuadro que resuma la siguiente información:

1. Objetivo General	<p>Especificar en forma breve el Objetivo General del proyecto, considerando posibles ajustes que se pudieron realizar durante su ejecución.</p>
2. Objetivos Específicos	<p>Especificar en forma breve los Objetivos Específicos del proyecto, considerando posibles ajustes que se pudieron realizar durante su ejecución. En los casos en que fuera posible, se identifican las metas definidas y su efectiva consecución.</p>
3. Beneficiarixs directxs e indirectxs efectivamente alcanzados	<p>En relación con la propuesta sobre el alcance definido en el primer informe, se espera se identifique específicamente el alcance (cantidad) de beneficiarias/os alcanzadas/os en forma directa e indirecta por las actividades desarrolladas en el marco de los productos.</p> <p>Se recuerda que la Iniciativa reporta una serie de indicadores y existen distintos instrumentos para el registro de la información y seguimiento de las acciones y proyectos. <i>Esta información debería estar documentada siguiendo los lineamientos de monitoreo y evaluación (M&E) de la Iniciativa y y deben contar con la validación de la Especialista en M&E.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aportes a la prevención, atención y reparación de la VBG; • Articulación con actores estatales, con sociedad civil y organismos de cooperación internacional; • Aspectos operativos y de gestión. <p>Se espera se registren los principales hallazgos caracterizados por ser un aprendizaje novedoso. <i>Usar entre 500 y 1000 palabras.</i></p>
4. Principales hallazgos generados en el marco de proyecto (si los hubiera): Registrar los principales hallazgos y recomendaciones en términos de	<p>Registrar los principales hallazgos y recomendaciones en términos de: i) aportes a la prevención, atención y reparación de la VBG; ii) articulación con actores estatales, con sociedad civil y organismos de cooperación internacional; iii) aspectos operativos y de gestión.</p> <p>Se espera se registren los principales hallazgos caracterizados por ser un aprendizaje novedoso. <u><i>Usar entre 500 y 1000 palabras.</i></u></p>

<p>5. Principales desafíos en el marco del proyecto y formas de enfrentarlo (si los hubiera)</p>	<p>Registrar desafíos que se pudieron haber presentado durante la implementación del proyecto y las estrategias, acciones y/o distintas herramientas impulsadas para enfrentarlos.</p> <p>Los desafíos enfrentados pueden presentarse en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desafíos contextuales, en términos de tensiones, conflictos y/o problemas afrontados por condiciones de contexto. Por ejemplo, cuestiones políticas, sociales, económicas, ambientales, sanitarias que pudieron afectar el desarrollo del proyecto. • Desafíos programáticos, referido a la gestión del proyecto, el cumplimiento de las etapas de ejecución, planificación y seguimiento. • Desafíos institucionales, vinculados con la articulación con múltiples actores (estatales, de la sociedad civil, de cooperación internacional), con beneficiarios del proyecto/producto/acción. Incluye también las propias capacidades de la organización para afrontar la ejecución del proyecto. <p>Se espera se registren los desafíos más relevantes en términos de sus efectos sobre el desarrollo del proyecto y su alcance. Se considera central la forma de enfrentarlos y/o mitigar su efecto. <i>Usar entre 500 y 1000 palabras.</i></p>
<p>6. Aporte innovador/ transformador respecto de lo que existía/ se venía realizando (si los hubiera)</p>	<p>Identificar en <i>no más de 1000 caracteres con espacio</i> el aporte innovador del proyecto (si fuera innovador).</p> <p>Nuevas ideas, metodologías, instrumentos y dinámicas de trabajo que constituyan buenas o promisorias prácticas. Aportar evidencia que contribuya a demostrar el aporte innovador/ transformador de la acción desarrollada.</p>
<p>7. Sostenibilidad del proyecto</p>	<p>Identificar en <i>no más de 1000 caracteres con espacio</i> los aspectos que contribuyen a la sostenibilidad del proyecto. Esto es, la medida en que se considera que los aportes generados se pueden sostener, incluso, al finalizar el proyecto. Por ejemplo, en términos de las capacidades institucionales y/o que pudieran generarse en la comunidad/ grupo de población beneficiaria o materiales generados para una réplica en otros contextos.</p>
<p>8. Identificación de productos de GdC generados (si los hubiera)</p>	<p>Listar (si los hubiera) los productos de Gestión de Conocimiento (GdC) generados. Se especifican en la tabla que acompaña al primer informe/ plan de trabajo (sección 8) del proyecto, aunque se pudieron haber generado otros inicialmente no previstos.</p>

ANEXO D.3. - INSTRUMENTO VINCULADO CON CADA PRODUCTO DE CONOCIMIENTO

En el caso que los proyectos incluyeran **Productos de Conocimiento** (v.g. estudios e investigaciones, guías, protocolos, cajas de herramientas), se espera que cada uno de esos documentos/ materiales vayan acompañados por una tabla que resuma la siguiente información . Este Anexo se tiene que completar por cada uno de los Productos de Conocimiento que se generen en el marco de un proyecto/ proceso. La elaboración de este Anexo es condición necesaria para que el material pueda iniciar proceso de evaluación y su posterior publicación:

1. Título	Indicar el título completo del Producto de Conocimiento en cuestión.
2. Detalle del Proyecto	<p>Especificar el nombre del proyecto en que se desarrolló el proyecto, además indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socio implementador: nombre de la institución, organización social, universidad, centro de estudios y/o consultor/a individual que desarrolló el producto. • Pilar: número del pilar en que se desarrolló el proyecto. • RUNO: agencia implementadora de Spotlight que realizó el seguimiento del proyecto.
3. Objetivo	Especificar en forma breve el propósito del Producto de Conocimiento (no refiere al proyecto sino al objetivo del Producto que se está presentando).
4. Potencial usuara/o	<p>Identificar quién podría ser potencial usuario de este producto. En términos de ¿A quién podría interesarle este material? ¿Para qué podría ser utilizado?</p> <p>Algunos tipos de destinatarias/os:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno y servicio público: altas autoridades (decisores), personal en distintos sectores de implementación de políticas públicas (educación, seguridad, salud), operadoras/os de justicia, equipos áreas de género, otros. • Líderes de opinión: comunicadoras/es sociales, representantes sindicales, empresariales, directivas/os de entidades deportivas, entrenadoras/es, deportistas, otros. • Organizaciones sociales: promotores territoriales, organizaciones sociales.

	Grupos de población específica: niños/as y adolescentes, jóvenes, personas en situación de VBG, LGTBIQ+, mujeres indígenas, mujeres rurales, mujeres con discapacidad, mujeres migrantes, mujeres isleñas, trabajadoras sexuales y personas en situación de prostitución, varones, otros.
5. Posibilidad de replicabilidad	Identificar en, <i>no más de 1.000 caracteres con espacio</i> , referencia a la posibilidad de extender la práctica implementada en el marco del proyecto y/o el aprendizaje generado en otros contextos. <i>¿Cuáles son las posibilidades de extender esta práctica/ experiencia, en otros contextos, a partir del material que se está compartiendo? ¿Es posible escalar la experiencia? ¿Se identifica la necesidad potencial de realizar ciertas adaptaciones para uso futuro?</i>
6. Condiciones de viabilidad	Identificar en, <i>no más de 1.000 caracteres con espacio</i> , las condiciones en que sería viable utilizar el Producto de Conocimiento. Por ejemplo, si se trata de un estudio identificando el alcance de las conclusiones alcanzadas, o bien, si se trata de una herramienta de gestión identificar (si fuera necesario) en qué tipo de contexto podría ser implementado.
7. Resumen con principales aportes/ hallazgos y resultados alcanzados en su implementación	Resumir en los principales aportes, hallazgos y resultados alcanzados. Especificar condiciones en que se garantiza la confiabilidad o validez del Producto que se está presentando. <i>Usar entre 500 y 1000 palabras.</i>

Esta ficha se completa para cada uno de los Productos de Conocimiento generados. La misma acompaña al Producto de Conocimiento detallado. En el caso de estudios e investigaciones es preciso sumar en anexo un detalle de los instrumentos metodológicos y de relevamiento de información generados.

ANEXO E. FORMULARIO PARA EVALUADORAS/ES EXTERNAS/OS DE LOS PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO

Este instrumento se entregará a las personas que participen del proceso de validación de Productos de Conocimiento, siguiendo lo definido en ANEXO A.

Las/os evaluadores deberán complementar el siguiente formulario al momento de realizar la revisión. Los puntos 1 a 3 podrían entregarse pre- cargados:

1. Nombre del evaluador/a	Indicar el nombre completo
2. Clasificación	Identificar si se trata de: <ul style="list-style-type: none"> a. Destinataria/ usuaria/ beneficiaria directa b. Referente de Sociedad Civil (especificar si forma parte del GRSC de la IS) c. Funcionaria/o d. Académica/ especialista e. Otro
3. Producto de Conocimiento a validar	Identificar el nombre del Producto de Conocimiento a evaluar
4. Claridad en la definición de los objetivos	Identificar si el Producto identifica en forma clara y concreta el objetivo y la estrategia utilizada en su elaboración. ¿Se especifican los objetivos propuestos? ¿Los objetivos son pertinentes y se encuentran planteados en forma coherente y respondiendo a los principios y estándares internacionales?
5. Claridad en la definición de la población objetivo	Identificar si el Producto identifica en forma clara y concreta la población objetivo/ destinatario/ audiencia al que va orientado. ¿Considera que es un producto de interés para ese usuario identificado?
6. Relevancia y utilidad	Especificar si se considera que el Producto aporta a promover conocimiento en el campo de la VBG y/o la gestión interagencial en marco de reforma SNU. ¿Aporta al conocimiento? ¿Considera que es útil para usar en otros contextos? ¿Es posible que le interese a la población objetivo definida? ¿El conocimiento generado se encuentra contextualizado? ¿La publicación del Producto es oportuna?

7. Pertinencia y confiabilidad (basado en evidencia)	<p>Especificar si se considera que el Producto sigue lineamientos metodológicos que garantizan la confiabilidad y pertinencia de las conclusiones alcanzadas, recomendaciones y hallazgos. Se especifica la metodología y los instrumentos sobre los cuales fue generado el conocimiento. La metodología es adecuada para alcanzar los objetivos planteados. ¿Se han seguido estándares que garantizan la confiabilidad y pertenencia en la construcción del conocimiento? ¿El Producto se basa en evidencia adecuadamente documentada? ¿El producto detalla la estrategia metodológica e incorpora los instrumentos de relevamiento utilizados?</p>
8. Respeto de principios éticos	<p>Identificar si se observa el cumplimiento de normas y estándares éticos, por ejemplo, para el trabajo con sobrevivientes de VBG y grupos de población atravesados por múltiples discriminaciones. ¿El Producto tiene una mirada inclusiva? ¿Ha incorporado la participación de los/as beneficiarias/os a los que va dirigido?</p>
9. Otros comentarios	<p>Se pueden incluir observaciones y/o comentarios detallados</p>
10. Dictamen	<p>Se especifica, según corresponda, la evaluación realizada. La misma puede ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> f. Aprobado sin sugerencias de modificaciones. g. Aprobado, pero requiere realizar ajustes y/o modificaciones no estructurales. h. Requiere ajustes y revisiones sustantivas y estructurales, por lo que tiene que volver a ser revisado externamente. i. No cumple los criterios y estándares de publicación.

Se sugiere adjuntar guía o sumar específicamente sección 4- Estándares y aseguramiento de la calidad.

ANEXO E.2 - INSTRUMENTO PARA SISTEMATIZACIÓN DE OBSERVACIONES

La sistematización de las observaciones realizadas para incluir ajustes, revisiones y/o cambios estructurales se entregarán al socio implementador en el siguiente formato:

1. Fortalezas destacadas	Identificar los puntos destacados del Producto.
2. Elementos que requieren revisión y ajuste	Especificar el conjunto de cuestiones que es necesario ajustar, revisar y/o modificar para la publicación del Producto acorde al conjunto de revisiones obtenidas en el marco del proceso de validación.
3. Plazo acordado para la devolución de versión ajustada	Identificar la fecha límite para la recepción de la revisión ajustada.
4. Adjuntos	Se adjuntan las evaluaciones recibidas (<u>ANEXO E.1</u>) eliminando las referencias a los nombres de las personas que realizaron la evaluación.

Este formato se utilizará también para sistematizar las validaciones informales y/o los talleres o reuniones organizadas para la validación de Productos de Conocimiento.

ANEXO F. GUÍA DE DISEÑO DE PRODUCTOS

F.1. PLANTILLAS

Para asegurar que todos los productos de conocimiento tengan un diseño y una portada estandarizados, se deben seguir las instrucciones a continuación.

Utilice los materiales de la carpeta Plantilla de productos de conocimiento en la Biblioteca virtual, adaptándolos a las especificaciones de la presente guía para Argentina (*Knowledge Product Template folder in the Virtual Library*). La biblioteca virtual incluye la fuente correcta para descargar e instalar y el logotipo de Spotlight.

Asegúrese de que las fotos utilizadas pertenezcan a la Iniciativa Spotlight o que haya recibido el consentimiento expreso del autor y las haya acreditado. **Vea la plantilla de producto de conocimiento** (*Knowledge Product Template*) para ver la portada, la página de título, el índice, las páginas interiores y la contraportada juntas como un producto de conocimiento de muestra.

Guías

F.1.1 Portada



• Si es necesario sumar el logo de otra organización, sumarla a la izquierda de los logos de la IS.

• Inserte la tira de logos a color en la parte inferior derecha de la página, margen inferior 17 mm, margen izquierdo 23 mm junto a los logos color de la Unión Europea, Naciones Unidas, logos de los ODS y la bandera Argentina.

• Inserte los créditos de las fotos con la fuente Circular Std Black en negro (RGB 0, 0, 0), tamaño

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Todos los productos de conocimiento basados en texto.

• Inserte la foto de portada en el template para que se ajuste a toda la página A4, sin márgenes.

• Inserte un rectángulo blanco sin contorno (RGB 255, 255, 255) en la parte inferior de la página. El rectángulo debe tener el ancho de la página y una altura de 80 mm.

• Agregue la «Argentina» en fuente Circular Std Black, color rojo (RGB 255, 58, 33), tamaño 22 (ver los estilos de párrafo).

• Agregue el «Título del producto de conocimiento» en fuente Circular Std Black, color negro (RGB 0,0,0), tamaño 24/25.

• Agregue el año de publicación en fuente Circular Std Black, gris (RGB 150, 150, 150), tamaño 18.

• El texto de portada se incorpora siempre en en la variable Black.

• Agregue la imagen del círculo de puntos blancos en la parte superior de la foto de la portada y colóquela a la mitad como se muestra en la plantilla, en el lado izquierdo de la página.

de fuente 8/9 en la parte superior derecha de la forma del rectángulo blanco (como se muestra en la foto de abajo). Por ejemplo: 'Imagen de portada: Iniciativa Spotlight Argentina (Formato: © UN ____ / John Smith).

F.1.2 Retiro de tapa: página con información sobre elaboración

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Evaluaciones, informes de políticas, documentos de posición / documentos de estrategia temáticos, trabajos de investigación.

- **Indicar-** «Producto elaborado en el marco del Pilar xx- Nombre del Pilar».
- **Roles en el proyecto-** Si un/a o grupo de Especialista/s de la Iniciativa Spotlight tuvieron un rol significativo en el seguimiento y discusión sobre los contenidos, se indica: i) Coordinación editorial (equipo Spotlight); ii) Coordinación y seguimiento (si correspondiera para indicar responsables de seguimiento y coordinación editorial (en socios de la IS); iii) autoría (personas que desarrollaron el material y/o indicar institución); iv) revisión de contenidos (equipo Spotlight)
- **Cuando el Producto surge de los aportes de distintos socios o recupera experiencias y aportes de distintos socios institucionales-** se indica «Este material fue elaborado a partir del trabajo desarrollado a través de distintos proyectos impulsados por la Iniciativa Spotlight en Argentina». En caso que sean menos de 5 proyectos se indicará específicamente el nombre de los proyectos y los socios implementadores.
- **Datos de publicación-** se indican los datos de publicación y forma de citar el material. Indicar registro ISBN si corresponde.
- **Edición y diseño-** se indican los créditos de edición, diseño y arte.
- **Reproducción-** se indica la posibilidad de reproducción «Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos aquí publicados, siempre y cuando no sean alterados, se asignen los créditos correspondientes y no sean utilizados con fines comerciales».



F.1.3 Página del título

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: evaluaciones, resúmenes de políticas, documentos de posición / documentos de estrategia temática, trabajos de investigación.

- Inserte una forma de rectángulo en la parte inferior de la página de color rojo (RGB 255, 58, 33) y seleccione «sin contorno». El rectángulo debe tener el ancho de la página y una altura de 30 mm.
- Inserte el logotipo de la Iniciativa Spotlight (en blanco) en la parte inferior derecha de la página dentro del rectángulo rojo, margen inferior 7 mm, margen derecho 23 mm, como se puede observar en el template.
- Agregue el «Tipo de producto de conocimiento» en fuente Circular Std Book, color rojo (RGB 255, 58, 33), tamaño 24/25.
- Agregue «Argentina» en fuente Circular Std Book, color celeste (RGB 0, 173, 185), tamaño 16/17.

- Agregar el año de publicación en fuente Circular Std Book, color gris (RGB 150, 150, 150), tamaño 16.
- Agregue el «Título del producto de conocimiento» en fuente Circular Std Book, en mayúsculas, color negro (0, 0, 0), tamaño 24.

F.1.4 Tabla de Contenidos

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: evaluaciones, notas de orientación / herramientas, revistas, informes de políticas, documentos de posición / documentos de estrategia temática, trabajos de investigación.

TABLA DE CONTENIDOS	
1. INTRODUCCIÓN	3
2. PLANTILLAS	5
2.1 Portada	5
2.2 Retiro de tapa	6
2.3 Página del título	7
2.4 Tabla de contenidos	7
2.5 Páginas interiores	8
2.5.1 Cuadros de texto	8
2.5.2 Tablas	8
2.6 Contraportada	9

- Nivel 1: Fuente Circular Std Black, tamaño de fuente 11/15, en mayúsculas (RGB 255, 58, 33).
- Nivel 2: Fuente Circular Std Black, tamaño 11/15 en negro (RGB 0, 0, 0).
- Nivel 3: Fuente Circular Std Black, tamaño 11/15 en gris (RGB 150, 150, 150).

F.1.5 Páginas interiores

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Todos los productos de conocimiento basados en texto. Los mismos temas de fuente y color también deben usarse en productos de conocimiento multimedia.



Los encabezados y los subtítulos de las subsecciones deben estar numerados.

Título:
TÍTULO DEL PRODUCTO DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO
Fuente Circular Std Black, tamaño 14, en negro y mayúscula.

Encabezado de Sección:
1. INTRODUCCIÓN *Fuente Circular Std Black, tamaño 11/15, rojo (RGB 255, 58, 33).*

Encabezado de Sub-sección:
1.1 Contexto
Fuente Circular Std Black, tamaño 11/15, negro (RGB 0, 0, 0).

Cuerpo de texto:
 Este producto de conocimiento fue desa

rollado por la Iniciativa Spotlight

Fuente Circular Std Book, tamaño 11/15, negro (RGB 0, 0, 0).

Lista numerada o con viñetas:

1. Ejemplo X

Fuente Circular Std Book, tamaño 11/15, gris (RGB 150, 150, 150).

Notas al pie: Para saber más...

Fuente Circular Std Book, tamaño 8/9, color negro (RGB 0, 0, 0).

F.1.5.1 Cuadros de texto

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Todos los productos de conocimiento basados en texto.

- La fuente en un cuadro de texto debe ser Circular Std Book, negro (RGB 0, 0, 0) tamaño 10/14.
- El relleno de color de un cuadro de texto debe ser verde azulado claro (RGB 235, 254, 255).
- Utilice viñetas estándar.



F.1.5.2 Tablas

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Todos los productos de conocimiento basados en texto.

- El encabezado de la tabla debe rellenarse con el color rojo (RGB 255, 58, 33). El título de la tabla, si se coloca dentro de la tabla, o el encabezado (ya sea en la parte superior o en el lateral) debe estar en blanco (RGB 255, 255, 255), fuente Circular Std Book, tamaño 12/13. El texto de la tabla debe permanecer Circular Std Book, tamaño de fuente 11/15, en negro (RGB 0, 0, 0). Cuando sea relevante, una lista puede estar en la variable Black.
- Una tabla alternativa, menos formal, puede tener fuente Circular Std Book, tamaño 11/15, en negro. Las palabras destacadas, cuando sea relevante, pueden aparecer en rojo (RGB 255, 58, 33).

Promising Practice	Description
Participatory theatre for prevention	In Mozambique, the Spotlight Initiative is using a participatory theatre in Nampula province with locally known artists, drawing members of the public around bus stations and markets to actively engage in the unfolding of the play while debating and reflecting on concepts around violence against women and girls and harmful practices...
Responsible Reporting on Femicide	In Argentina, the Agreement for Equality was developed and adopted by media executives to promote responsible news coverage of violence against women and girls and femicide. The Agreement includes ten recommendations on how to communicate news related to violence against women and girls, femicide, and comprehensive sexual education...

2. Contextual	It is contextual to the region/country and responds to specific needs at local, national and/or regional levels and makes a valuable contribution to the advancement of EVAWG at that level(s).
3. Evidence-based	It should be grounded in "real world" findings and realities by using both quantitative and qualitative evidence generated directly from programming and if/where relevant, from credible sources. Given the genesis of the Spotlight Initiative was based on the latest existing evidence, cultivating and sharing practice-based knowledge from local programme design and implementation is one way to build the evidence-base on EVAWG. This values the direct experiences of those being served, including civil society organizations, the women's movement and communities.
4. Inclusive	It is important to ethically capture experience based or informal knowledge and ensure there are adequate and ethical consultations with civil society, community members and other stakeholders where relevant. ³ The form in which this takes is up to the Regional/Country team to decide what is most appropriate and useful depending on the context and content of the Knowledge Product produced.

F.1.6 Contraportada

Aplicable a los siguientes productos de conocimiento: Evaluaciones, informes de políticas, documentos de posición / documentos de estrategia temáticos, trabajos de investigación.



- El color de la contraportada debe ser rojo (RGB 255, 58, 33).
- En Circular Std Book en blanco, tamaño 12/15. Usar la variable Black en la primera oración de la contratapa, se debe leer:

La Iniciativa Spotlight es una alianza global y multi-anual entre la Unión Europea y las Naciones Unidas para eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas para 2030. Es el esfuerzo específico más grande del mundo para poner fin a todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas.

Lanzada con un compromiso de financiación inicial de 500 millones de euros de la Unión Europea, representa un esfuerzo global sin precedentes para invertir en la igualdad de género para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La Iniciativa Spotlight está demostrando que una inversión significativa, concertada e integral en la igualdad de género y el fin de la violencia puede marcar una diferencia transformadora en las vidas de mujeres y niñas.

- Inserte la tira de logotipos de Spotlight Initiative, Unión Europea y ONU (en su versión en blanco) en la parte inferior derecha de acuerdo a los márgenes del template (inferior 23 mm, izquierdo 23 mm).
- Además la contratapa de todos los programas debe tener el enlace al sitio web de la Iniciativa Spotlight directamente en su página Regional / País. Por ejemplo: 'www.spotlightinitiative.org/argentina' (Formato: www.spotlightinitiative.org/region or [country](http://www.spotlightinitiative.org/country)).
- Sobre el enlace al sitio web de la Iniciativa Spotlight, agregar el identificador de la cuenta de Twitter (@SpotlightAmLat) y la de Facebook (@IniciativaSpotlight) Directamente a la izquierda de los identificadores debe estar cada ícono de redes sociales en blanco (disponible en la plantilla de producto de conocimiento, subcarpeta de íconos de redes sociales en la biblioteca virtual *Knowledge Product Template, Social Media Icons sub-folder in the Virtual Library*). El orden de los debe ser el siguiente:

@SpotlightAmLat

@IniciativaSpotlight

www.spotlightinitiative.org/argentina

En caso de ser necesario agregar la participación de un organismo oficial u organización en la contratapa:

- Incluir un párrafo descriptivo de la organización debajo del de la IS, dejando dos líneas de espacio.
- Incluir a la izquierda de los logos de Spotlight, el logo de la organización y sus redes correspondientes. (Eliminar texto del margen inferior izquierdo de ser necesario).

- En el margen izquierdo incluir, Circular Std Book en blanco, tamaño 9/13:

Iniciativa Spotlight (Año). Todos los derechos reservados.

Co-autores: (Nombre y apellido u organización en caso de corresponder)

Foto de portada: Agregar información de contexto en caso de ser necesario.

La Iniciativa Spotlight es una alianza global y multi-anual entre la Unión Europea y las Naciones Unidas para eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas para 2030. Es el esfuerzo específico más grande del mundo para poner fin a todas las formas de violencia contra las mujeres y las niñas.

Lanzada con un compromiso de financiación inicial de 500 millones de euros de la Unión Europea, representa un esfuerzo global sin precedentes para invertir en la igualdad de género para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La Iniciativa Spotlight está demostrando que una inversión significativa, concertada e integral en la igualdad de género y el fin de la violencia puede marcar una diferencia transformadora en las vidas de mujeres y niñas.

Iniciativa Spotlight (Año). Todos los derechos reservados.

Co- autores: (Nombre y apellido u organización en caso de corresponder).

Foto de portada: Agregar información de contexto en caso de ser necesario.

 [@SpotlightAmLat](https://twitter.com/SpotlightAmLat)

 [@IniciativaSpotlight](https://www.facebook.com/IniciativaSpotlight)

www.spotlightinitiative.org/argentina



**Iniciativa
Spotlight**

