



Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

El propósito del **marco lógico** es mostrar la estructura y el proceso de un proyecto, esencialmente es un resumen de la descripción narrativa del mismo.

El marco lógico debe reflejar la teoría de cambio del proyecto, es decir, la forma en que la realización cotidiana de **actividades** genera **productos** tangibles y como estos productos ayudan a conseguir **resultados**, mismos que a su vez permiten alcanzar los **objetivos** del proyecto. El marco lógico debe mostrar lo que se hará y se logrará gracias a la intervención del proyecto.

En el formato Excel que se adjunta, deberá especificar el (los) objetivo(s), los *resultados* que se obtendrán, los *productos* entregables que generarán cada uno de los resultados y, finalmente, las actividades que se realizarán para obtener cada producto.

A continuación, se presentan las definiciones de los principales conceptos que le pueden servir de guía para la construcción de su matriz del marco lógico.

| | |
|---------------------------|--|
| Meta del proyecto: | <p>La meta es el objetivo mayor al que el proyecto busca contribuir. La meta definida para un proyecto suele estar en concordancia con las estrategias de desarrollo de algún sector (salud, educación, agricultura, comercio, etc.) o de las estrategias definidas a niveles nacional, estatal, municipal o local. No se espera que la meta se logre durante la vida del proyecto, es un fin a largo plazo e incluso es posible que se requieran del concurso de varios programas, proyectos y actores para ello.</p> <p>Por lo tanto, no es una responsabilidad o atribución del proyecto, pero orienta los esfuerzos del proyecto en una línea estratégica, como bien pueden ser los denominados "objetivos de desarrollo sostenible" o los planes de desarrollo nacional, estatal o municipal.</p> <p>Es un cambio durable y/o permanente en el entorno, la calidad de vida y el bienestar de los sujetos o población meta del proyecto. La meta se alcanza, en la teoría del cambio del proyecto, mediante el logro de varios objetivos específicos.</p> |
|---------------------------|--|



Dibujando
un Mañana
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | |
|-------------------------------|---|
| | <p>Algunos autores mencionan que no es recomendable establecer más de una meta por proyecto, debido a la claridad que se logra con un solo objetivo, evitando la ambigüedad en lo que realmente busca el proyecto, esto no es algo inflexible pero los diseñadores del proyecto habrán de tener en cuenta que múltiples objetivos ampliarán la magnitud de los recursos necesarios, tanto para la operación como para el monitoreo y evaluación del proyecto.</p> <p>La forma en que se alcanzan los objetivos, total o parcialmente, debe ser medida al final de la vida del proyecto y compararse con la situación inicial (evaluación).</p> |
| Objetivos específicos: | <p>Son los fines que se reflejan en un mejoramiento en, por ejemplo, la seguridad, bienestar y desarrollo de las personas.</p> <p>Al menos un producto es necesario para lograr un objetivo, aunque es más común que se requieran múltiples productos por objetivo. Los objetivos suelen ser cambios intangibles en conocimiento, habilidades, prácticas, actitudes, creencias, comportamiento, etc.</p> <p>Los <i>objetivos</i> pueden expresarse en términos de, por ejemplo, "incremento en el conocimiento sobre prevención de enfermedades de transmisión sexual", "reducción de la violencia en contra de niños y niñas en la escuela", "mejores prácticas de alimentación infantil", etc.</p> <p>Es razonable esperar que un proyecto tenga un máximo de tres o cuatro objetivos. Dado que se esperan estos tipos de cambio al final del proyecto, es necesario realizar mediciones al inicio del mismo (línea base) y al final, de tal manera que sea posible comparar los cambios ocurridos gracias a la intervención del proyecto (evaluación).</p> |
| Productos: | <p>Normalmente se trata de bienes y/o servicios tangibles, medibles y entregables por el proyecto. Múltiples actividades contribuyen a la obtención de cada uno de los productos. Algunos ejemplos de producto son: capacitación de personas, instalación de equipamiento, construcción de infraestructura, dotación de insumos, etc. La gerencia del proyecto es responsable de la producción de estos bienes y servicios, es decir, se encuentran bajo el control de quien implementa el proyecto.</p> |



Dibujando
un Mañana
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividades: | <p>Son acciones planeadas y llevadas a cabo con y/o por los actores participantes dentro del proyecto. Se trata de acciones muy elementales, con una frecuencia determinada y cuya realización suele planificarse y realizarse dentro de un periodo muy específico de tiempo (por ejemplo, un mes, un semestre o todo un año).</p> <p>Realizar actividades requiere de insumos muy diversos, sin embargo, en el marco lógico no es necesario mencionarlos.</p> <p><u>Una vez llegado el momento de especificar las actividades en su marco lógico, incluya solamente aquellas que debe implementar el proyecto, mismas que se programarán y a las cuales se les asigna un presupuesto.</u></p> |
| Indicadores: | <p>Son enunciados que describen la forma en que serán medidos los cambios y/o progresos hacia el logro de los objetivos del proyecto.</p> <p>Para los niveles de <i>objetivo</i> y <i>resultados</i> se requieren indicadores que midan los cambios esperados con el proyecto, pudiendo ser cuantitativos, cualitativos o una mezcla de ambos. Por ejemplo: "prevalencia de desnutrición aguda en niños menores de cinco años".</p> |
| Medios de verificación: | <p>Son las fuentes de datos e información que permiten constatar, conocer y verificar el cumplimiento de los objetivos, <i>resultados</i>, <i>productos</i> y actividades.</p> <p>Deben tener coherencia con los indicadores establecidos. Pueden ser fuentes primarias como observación directa, encuestas de hogar u otras, entrevistas, grupos focales, etc. Las fuentes secundarias pueden ser estadísticas, informes, actas de reuniones, listas de asistencia, etc.</p> |
| Riesgos y/o Supuestos: | <p>Son riesgos financieros, políticos, sociales, climatológicos, etc., que pueden afectar la ejecución del proyecto. Se definen para cada nivel de objetivos y se redactan en positivo, como una condición ya dada que favorece que el objetivo, resultado, producto y/ actividad se realice, por ejemplo: "el cuadro epidemiológico de enfermedades agudas y severas se mantiene bajo" es un supuesto para lograr el resultado de "mejorar el estado de salud materno-infantil.</p> |



**Dibujando
un Mañana**
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | |
|---------------------------|--|
| Línea base: | Situación inicial o del año base de los indicadores, contra este valor inicial es que habrán de medirse los cambios esperados, particularmente a nivel de <i>resultados</i> y objetivo del proyecto, pero también a nivel de <i>productos</i> . |
| Meta de indicador: | Es el valor que se espera que asuma el indicador una vez que concluya el proyecto. Por ejemplo, para el indicador "prevalencia de desnutrición aguda en niños menores de cinco años" la meta se puede definir como: "menor al 3% al segundo año del proyecto" Por lo tanto, el indicador y la meta establecida darán cuenta de tres aspectos muy importantes para la medición de los <i>resultados</i> : a) calidad (desnutrición aguda), cantidad (menor al 3%) y el tiempo para lograrlo (al segundo año). |



Dibujando
un Mañana
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| MATRIZ DE MARCO LÓGICO (EJEMPLO) | | | | |
|----------------------------------|--|--|--|--|
| | DESCRIPCIÓN | INDICADORES | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS |
| META | Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades. (Impacto al que se contribuye con el proyecto) | N/A | N/A | N/A |
| OBJETIVO ESPECÍFICO 1 | Mejoramiento de la alimentación de los niños y niñas menores de cinco años. (Efecto particular esperado dada la intervención del proyecto) | <ul style="list-style-type: none">• % de niños y niñas que reciben lactancia materna exclusiva.• % de niñas y niños que consumen requerimientos nutricionales para su edad. | <ul style="list-style-type: none">• Encuestas de consumo. | <ul style="list-style-type: none">• El ingreso familiar es estable. |
| PRODUCTO 1.1 | Capacitación a madres sobre lactancia y ablactación. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">• No. de madres capacitadas.• No. de madres con un índice de conocimientos por arriba de 80. | <ul style="list-style-type: none">• Lista de asistencia.• Evaluación de entrada y salida. | <ul style="list-style-type: none">• Las instituciones de salud apoyan el proyecto.• El proyecto recibe los fondos que fueron comprometidos.• Las familias permanecen en las comunidades. |



**Dibujando
un Mañana**
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | | | | |
|---------------------|--|---|---|--|
| Actividad 1.1.1 | Convocar a participantes. | Indicador de la actividad | Medio de verificación | Todos los participantes asisten |
| Actividad 1.1.2 | Elaborar programa de capacitación | Indicador de la actividad | Medio de verificación | El programa de capacitación debe realizarse internamente |
| Actividad 1.1.3 | Elaborar materiales didácticos. | Indicador de la actividad | Medio de verificación | Los materiales didácticos son adecuados para toda la población |
| Actividad n | Implementar sesiones del taller | Indicador de la actividad | Medio de verificación | |
| PRODUCTO 1.2 | Campañas de radio sobre lactancia /ablactación. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">No. de radioescuchas que identifican el mensaje transmitido.No. de anuncios transmitidos. | <ul style="list-style-type: none">Encuesta de audiencia.Reporte financiero. | |
| Actividad 1.2.1 | Diseño del mensaje de la campaña | Indicador de la actividad | Medio de verificación | |
| Actividad 1.2.2 | Cotizar con radiodifusoras | Indicador de la actividad | Medio de verificación | |
| Actividad n | Firmar contrato | Indicador de la actividad | Medio de verificación | |
| PRODUCTO 1.3 | Seguimiento al estado nutricional de las niñas y niños. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">No. de niños pesados y medidos en el tiempo oportuno.No. de sesiones para peso y talla realizados. | <ul style="list-style-type: none">Expediente de niños.Reportes de Monitoreo antropométrico de niños. | |
| Actividad 1.3.1 | Sesiones de consulta | Indicador de la actividad | Medio de verificación | |



**Dibujando
un Mañana**
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | | | | |
|---------------------|---|--|---|---|
| Actividad 1.3.2 | Elaborar programa de seguimiento | Indicador de la actividad | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 1.4 | Talleres de aprovechamiento de los recursos locales (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">• No. de Talleres realizados.• No. de asistentes a los talleres. | <ul style="list-style-type: none">• Informes Mensuales.• Lista de asistencia. | Las condiciones socioeconómicas son favorables para la producción local de alimentos. |
| Actividad 1.4.1 | | | | |
| Actividad 1.4.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 1.5 | Campañas de radio para promover el consumo de alimentos nutritivos. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">• No. de radioescuchas que identifican el mensaje transmitido.• No. de anuncios transmitidos. | <ul style="list-style-type: none">• Encuesta de audiencias.• Reporte financiero. | |



**Dibujando
un Mañana**
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | | | | |
|------------------------------|---|---|--|--|
| OBJETIVO ESPECÍFICO 2 | Mejoramiento del estado nutricional de las mujeres en edad fértil (Efecto esperado dada la intervención del proyecto) | <ul style="list-style-type: none"> • % de embarazadas con contorno de pantorrilla por arriba de 32 cm. • % de mujeres con índice de masa corporal por arriba de 25. • % de embarazadas con ganancia de peso por arriba de 10 Kg. en el 9º mes de embarazo. | <ul style="list-style-type: none"> • Reportes de monitoreo antropométrico de mujeres | |
| PRODUCTO 2.1 | Orientación sobre salud reproductiva. (Servicio entregable por el proyecto) | No. de parejas participantes. No. de parejas espaciando embarazos. | Listado de participantes. | |
| Actividad 2.1.1 | | | | |
| Actividad 2.1.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 2.2 | Jornadas médicas para mujeres. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none"> • No. de jornadas realizadas. | <ul style="list-style-type: none"> • Informes Mensuales. • Listado de mujeres participantes. | |
| Actividad 2.2.1 | | | | |
| Actividad 2.2.2 | | | | |



**Dibujando
un Mañana**
FUNDACIÓN

Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | | | | |
|---------------------|---|--|---|--|
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 2.3 | Capacitación a parteras. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">No. de capacitaciones ofrecidas.No. de parteras participantes.No. de parteras con conocimiento por arriba de 80. | <ul style="list-style-type: none">Informes Mensuales.Listado de parteras participantes.Comparación de antes y después de la prueba. | |
| Actividad 2.3.1 | | | | |
| Actividad 2.3.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 2.4 | Coordinación con instituciones de salud. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">No. de coordinaciones a nivel local.No. de coordinaciones a nivel regional. | <ul style="list-style-type: none">Convenios. | |
| Actividad 2.4.1 | | | | |
| Actividad 2.4.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 2.5 | Complementación con hierro y ácido fólico para mujeres. (Bien entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none">No. de mujeres beneficiadas.Promedio de consumo por mujer | <ul style="list-style-type: none">Control de beneficios | |



Breve Guía del Marco Lógico

Inversión Social - Fundación Dibujando un Mañana, A.C.

| | | | | |
|---------------------|---|--|---|--|
| Actividad 2.5.1 | | | | |
| Actividad 2.5.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |
| PRODUCTO 2.6 | Orientación a mujeres sobre alimentación en diferentes etapas de la vida. (Servicio entregable por el proyecto) | <ul style="list-style-type: none"> • No. de pláticas realizadas • No. de mujeres orientadas. | <ul style="list-style-type: none"> • Informes Mensuales • Listado de mujeres participantes. | |
| Actividad 2.6.1 | | | | |
| Actividad 2.6.2 | | | | |
| Actividad n | | | | |