



TÉRMINOS DE REFERENCIA

PARA LA ELABORACION Y ANÁLISIS DE LA LÍNEA DE BASE DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN PÚBLICA PARA INVOLUCRAR LA PARTICIPACION DE LOS VARONES JOVENES COMO ALIADOS EN LA PROMOCION DE LA IGUALDAD DE GÉNERO Y LA SALUD SEXUAL Y REPRODUCTIVA EN EL CONTEXTO DE LIMA CERCADO

I. Antecedentes:

Hay un consenso internacional sobre la necesidad de involucrar a los hombres en iniciativas de promoción de la igualdad de género (Beijing, 1995, Cairo, 1994), especialmente alrededor de temas como salud sexual y salud reproductiva, paternidad, prevención de la violencia en la pareja y en el noviazgo, prevención de la coerción sexual y otros. Desde una perspectiva de género, notamos en diferentes partes de la región que las relaciones de poder entre hombres y mujeres, en el ámbito doméstico y público, son asimétricas (Nascimento, 2001).

Todavía está pendiente en la región un acercamiento específico a los hombres jóvenes desde un abordaje integral que tome en cuenta factores individuales, sociales y culturales en el proceso de socialización masculina. Los hombres jóvenes son socializados, de manera general, para tener muchas parejas sexuales, iniciar su vida sexual más temprano que las mujeres, usar violencia como una forma para solucionar conflictos, tomar alcohol y otras sustancias, usar de manera inconsistente el condón, entre otros aspectos. Todos estos aspectos colocan a hombres y mujeres en situaciones de vulnerabilidad social (WHO, 2000).

En ese contexto, trabajar con jóvenes – hombres y mujeres – promoviendo la reflexión sobre la socialización de género y los costos de la masculinidad tradicional para hombres y mujeres es fundamental (WHO, 2000). Temas como embarazo adolescente, violencia basada en género, comunicación entre parejas, negociación del uso del condón, y prevención de VIH/Sida son fundamentales en el proceso de promoción de la igualdad de género.

Promundo, con apoyo de la OMS ha revisado programas sobre la igualdad de género que han sido evaluados en distintos aspectos y ha comprobado que programas que trabajan con hombres desde una perspectiva de transformación de las relaciones de género pueden lograr éxito en cambios de comportamientos y actitudes de los participantes (Barker, Ricardo y Nascimento, 2007).

Desde el año 2000, Promundo ha liderado una alianza de ONGs en el proceso de validación, implementación y evaluación de una serie de intervenciones relacionadas a la promoción de la igualdad de género – los Programas H (de hombre) y los Programas M (de mujer). El Programa H¹ es un conjunto de intervenciones integradas

¹ El Programa H es el resultado de la colaboración de 4 ONG: Promundo (coordinador), ECOS (São Paulo, Brasil), PAPAI (Recife, Brasil) y Salud y Género AC (México). El currículo ha sido validado en 6 países de América Latina,

para involucrar a hombres jóvenes y adultos en la promoción de la igualdad de género e incluye actividades educativas, campañas comunitarias, capacitación de personal y un modelo de evaluación de impacto². El Programa ha sido implementado hasta el momento en más de 20 países de América Latina, África y Asia. Promundo ha brindado capacitación técnica en los procesos de adaptación, implementación e evaluación de estrategias para involucrar a hombres y niños para los gobiernos de Brasil y México, la OMS, el Banco Mundial, UNICEF, UNFPA, CARE, y Save the Children Suecia, entre otros. Promundo ha trabajado con socios locales para adaptar el contenido de Programa H a diferentes contextos (Tanzania, India, Vietnam y Bosnia). En Brasil y en otros países, Promundo ha brindado talleres de capacitación dirigidos al personal de salud y del sector educación sobre la importancia de involucrar a hombres y niños en la promoción de la igualdad de género.

Entre el año 2009 y 2010 el UNFPA realizó acciones para adaptar y validar el Programa H de Promundo al contexto local de Pucallpa tanto la estrategia educativa como la estrategia de sensibilización pública con resultados exitosos.

El presente año la propuesta es implementar las dos estrategias en mención en el contexto de Lima Cercado en alianza con la Gerencia de Participación Vecinal/Sub-Gerencia de Organizaciones Juveniles de la Municipalidad de Lima Metropolitana (MLM). La campaña comunicacional orientada a promover cambios en los comportamientos individuales, en las normas socioculturales que obstaculizan la adopción de comportamientos más equitativos así como en las políticas que actúan como barreras para la adopción de comportamientos de auto cuidado de la salud sexual y salud reproductiva en varones adolescente y jóvenes de Lima Cercado requiere de una línea de base y una encuesta post-campaña que permita medir los alcances de la campaña y su impacto en los conocimientos, actitudes y comportamientos de las audiencias meta.

La presente convocatoria es para seleccionar a una institución/empresa que realice el diseño muestral y que tenga a su cargo la aplicación, procesamiento y análisis de las encuestas tanto en la línea de base (pre-campaña) como en la post campaña a fin de obtener un informe descriptivo y comparativo de los resultados de ambas aplicaciones, que permitan evidenciar el efecto de la campaña en la grupo meta.

Se espera que la campaña 2011 impacte en las percepciones y actitudes personales de jóvenes y adolescentes del Cercado de Lima así como en las normas subyacentes relacionadas a sus comportamientos. Del mismo modo el contenido y mensajes de la campaña debe llevar a la reflexión individual (responsabilidad en cuanto a prevención de ITS/VIH, prevención de embarazos no planificados, paternidad responsable y cuidado de los hijos, entre otros temas), y al desarrollo de habilidades promoviendo el acceso a servicios así como mejores relaciones interpersonales.

Se cuenta con el instrumento a aplicar en la línea de base y etapa post campaña debidamente validado en el contexto de Pucallpa. Este mismo instrumento se utilizará en el contexto de Lima Cercado previa adaptación del lenguaje a través de un grupo focal con un grupo de adolescentes y jóvenes representativos de Lima Cercado.

incluyendo a Perú. Sin embargo, las actividades y ejemplos fueron elaborados para el contexto marginal urbano, y no para el contexto rural.

Instancia Responsable:

Municipalidad Metropolitana de Lima, Gerencia de Participación Vecinal, Subgerencia de Organizaciones Juveniles y Fondo de Población de las Naciones Unidas – UNFPA.

Objetivo de la Consultoría

Obtener un informe que describa los resultados obtenidos en la línea de base y en la encuesta post Campaña de sensibilización para involucrar la participación de los hombres jóvenes en la promoción de la Equidad de Género y la Salud Sexual y Reproductiva (Pre y Post) en forma comparativa.

Actividades a desarrollar:

- Plan de trabajo incluyendo propuesta de la línea de base y post campaña
- Diseño de la Muestra pre y post campaña
- Validación lingüística de la Encuesta a través de un grupo focal
- Aplicación de la encuestas pre y post campaña
- Procesamiento de la data obtenida en la línea de base y en la encuesta post campaña (digitación, depuración, análisis estadístico y cruce de variables)
- Análisis y elaboración de informes descriptivos, ex -ante y ex -post campaña
- Análisis comparativo e informe final incluyendo resumen ejecutivo con los resultados más saltantes del análisis comparativo

II. Perfil de la Institución/Empresa:

- Contar con un equipo de profesionales de salud, educación y/o carreras afines con experiencia en estadística y en la elaboración de líneas de base, digitación, análisis de datos sociales utilizando tablas descriptivas y gráficos de barra y afines.
- Personal con conocimiento y manejo del enfoque de género y derechos humanos en el abordaje de la sexualidad.
- Personal con conocimiento de la realidad local del Cercado de Lima y del perfil de los adolescentes y jóvenes a los que va dirigida la Campaña de sensibilización pública.
- Seriedad y disciplina para cumplir con la entrega de los productos de manera oportuna.
- Disponibilidad inmediata del equipo que cumpla con el perfil.

VI. Duración:

3 meses a partir de la fecha de contratación.

VII. Lugar de trabajo:

Lima

VIII. Monto referencial y cronograma de pagos:

El monto referencial por la contratación del servicio descrito es de **S/. 15,000.00 (Quince Mil y 00/100 Nuevos Soles)** a suma alzada. El monto incluye todos los costos operativos así como los impuestos de ley (18% IGV).

La división del costo y cronograma de pagos es la siguiente:

Producto	Costo S/.	Pago
<ul style="list-style-type: none"> Plan de Trabajo, propuesta de línea de base y diseño de muestra 	3,000.00	Primer pago
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación, procesamiento y análisis de de encuestas ex -ante e informe descriptivo de los resultados de la línea de base 	5,000.00	Segundo Pago
<ul style="list-style-type: none"> Aplicación, procesamiento y análisis de encuestas ex -post e informe descriptivo de los resultados post- campaña 	4,000.00	Tercer Pago
<ul style="list-style-type: none"> Análisis comparativo e informe final 	3,000.00	Cuarto y último pago
MONTO TOTAL	S/. 15,000.00	

IX. Reportes y certificación:

La institución/empresa reportará al equipo de UNFPA y de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Los pagos no podrán efectuarse si no tienen la conformidad de los funcionarios responsables en ambas instituciones.

XI. Preparado por:

Equipo técnico del Fondo de Población de las Naciones Unidas y la Municipalidad Metropolitana de Lima, Sub Gerencia de Organizaciones Juveniles, Programa Salud Sexual.

XII. Fecha:

Agosto de 2011.