

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

<b>Título de la Consultoría</b>	“Conceptualizar, diseñar y validar campaña de comunicación y producir materiales de comunicación para la prevención del embarazo en adolescentes y la violencia basada en género”
<b>Proyecto</b>	“Prevención del embarazo en adolescentes: Salud Sexual y Reproductiva en Nicaragua” (P-001938-002)
<b>Período</b>	6 meses
<b>Contraparte</b>	Claudia Porras, Asociada de Comunicaciones – UNFPA

### I. Antecedentes y fundamentación

El proyecto “*Prevención del embarazo en adolescentes: salud sexual y reproductiva en Nicaragua*”, busca contribuir al desarrollo integral de las y los adolescentes con énfasis en salud sexual y reproductiva (SSR) y prevención de la violencia basada en género (VBG), a través de estrategias encaminadas a la promoción, prevención, atención y seguimiento, desde un enfoque de derechos, con un abordaje de género, interseccionalidad e interculturalidad

El proyecto se ejecuta dentro del período 2020-2024 y está dirigido a adolescentes entre 10 y 19 años, incluyendo adolescentes embarazadas y adolescentes sobrevivientes de violencia sexual, en los Departamentos de Río San Juan, Jinotega, Matagalpa, Chinandega y Nueva Segovia, y las regiones autónomas de la Costa Caribe Sur y Costa Caribe Norte (RACCN y RACCS). El UNFPA en estrecha coordinación con el Ministerio de la Familia, Adolescencia y Niñez, el Ministerio de Salud, el Ministerio de Educación y el Ministerio de la Juventud, implementa el proyecto en 20 municipios de los departamentos y regiones mencionadas.

Estos términos de referencia tienen como propósito la contratación de una empresa para el desarrollo de una campaña de comunicación de alto impacto multi-etapa, para realizarse en 2022-2023, con énfasis en los 20 municipios donde se implementará el proyecto, que contribuya a la creación de ambientes favorables para el ejercicio responsable de los derechos sexuales y reproductivos de las y los adolescentes, así como promover la reflexión en los y las adolescentes, adultos cercanos, sus familias, comunidades e instituciones sobre los mecanismos de prevención del embarazo y de la violencia de género, y sus consecuencias positivas para el desarrollo integral de la adolescencia.

Los principales determinantes del embarazo en la adolescencia que se busca contribuir a cambiar en las distintas audiencias se describen de forma general en el siguiente cuadro:

<b>Adolescentes</b>	Sesgos de género en la asignación de roles, expectativas y proyectos de vida para hombres y mujeres (como en la crianza de las niñas donde se busca la maternidad como única opción de vida). Valores de desigualdad de género internalizados (masculinidades violentas). Falta de conocimientos sobre sexualidad y reproducción, medidas de
---------------------	--

	<p>prevención y de recursos para la toma de decisión (mitos, ideas erróneas sobre el uso de anticonceptivos y uso irregular de los mismos, búsqueda de información y servicios).</p> <p>Desconocimiento de las señales de violencia de género y de los mecanismos de protección.</p> <p>Masculinidades negativas y violentas.</p> <p>Presiones de compañeros y pareja para tener pronto relaciones sexuales.</p> <p>Disponibilidad de habilidades positivas para afrontar dificultades al ejercicio de sus derechos sexuales y reproductivos y a vivir una vida libre de violencia.</p>
<b>Familias</b>	<p>Normas y prácticas de género negativas para las mujeres, incluyendo valores y expectativas de adolescentes, compañeros o pares, familiares, profesores, etc. en cuanto a sexualidad, embarazo, violencia, uniones tempranas, permanencia en la escuela, entre otros.</p> <p>Actitudes permisivas con respecto al embarazo en adolescentes, las uniones tempranas y la normalización de la violencia.</p> <p>Bajo nivel de conexión con adultos en casa, en la escuela o en la comunidad.</p> <p>Escaso apoyo familiar en la crianza y adolescencia y escasa transferencia de recursos para la permanencia en la escuela, la información y los cuidados de la salud.</p> <p>Disponibilidad de habilidades positivas para afrontar dificultades al ejercicio de los derechos de las adolescentes de padres, madres o tutores.</p> <p>Prohibición de la práctica del noviazgo o manejo del mismo como antesala obligatoria del matrimonio o unión conyugal.</p> <p>Aceptación social del robo de la pareja (sin necesariamente mediar consentimiento).</p>
<b>Comunidades e instituciones</b>	<p>Barreras sociales en el acceso a información, educación sexual y servicios de salud sexual y reproductiva y prevención de la violencia de género.</p> <p>Actitudes permisivas con respecto al embarazo, las uniones tempranas y la normalización de la violencia</p> <p>Normas y valores que favorecen la desigualdad entre sexos.</p>

Para asegurar su pertinencia, durante el diseño de la Campaña se podrán hacer validaciones con las distintas audiencias de interés (adolescentes, padres/madres, líderes comunitarios y funcionarios públicos de salud, educación, protección y juventud) y en máximo tres de los territorios seleccionados.

Los 20 municipios,<sup>1</sup> donde se focalizará la campaña, registran los porcentajes más altos de nacimientos en adolescentes y uniones a temprana edad. Para lograr cambios sostenibles en el tiempo es preciso que la campaña se enmarque en los principios de la Comunicación para el Desarrollo (CPD o C4D) e igualdad de género, que busque la transformación social y de los comportamientos a partir de la

<sup>1</sup> San Carlos, San Juan de Nicaragua, San José de Bocay, El Cuá, Wiwili, Santa María de Pantasma, Rancho Grande, El Tuma la Dalia, Waslala, El Viejo, Quilalí, Murra, Mulukukú, Siuna, Rosita, Bonanza, Laguna de Perlas, El Tortuguero, La Cruz del Río Grande y El Rama.

reorientación de conocimientos, actitudes y prácticas que mejoren las condiciones del entorno y contribuyan a que las y los adolescentes, puedan contar con los conocimientos y competencias necesarios para prevenir el embarazo en adolescentes y vivir una vida libre de violencia.

La campaña deberá estar diseñada para ser transmitida por radio y redes sociales durante 2022 y 2023 en 4 etapas, de 6 meses cada una, poniendo énfasis en 4 ejes temáticos o determinantes particulares. Las etapas de la campaña se definirán de acuerdo a las prioridades temáticas surgidas en los diálogos participativos en los territorios.

### **1. Objetivo General:**

Desarrollar una campaña de comunicación que contribuya a crear ambientes favorables para el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos y el fortalecimiento de las capacidades de las y los adolescentes para la prevención del embarazo y la violencia basada en género.

Objetivos específicos:

1. Definir el racional creativo de la campaña con base en diálogos con las audiencias, para asegurar la pertinencia y aceptación de los distintos ejes temáticos de la campaña (en al menos tres territorios de los municipios priorizados en el proyecto).
2. Generar el marco conceptual y las piezas comunicacionales de la campaña para cada una de las 4 etapas, para radio, video y redes sociales, que aborden los determinantes del embarazo antes de los 18 años que se perciban como más relevantes en las comunidades de intervención, vinculados a normas y roles de género, normalización de la violencia, entre otros, adecuados a cada tipo de audiencia.
3. Validar la pertinencia de las piezas comunicacionales con las audiencias, en al menos dos municipios.

### **2. Alcance de trabajo / Productos:**

1. Elaborar nota conceptual, realizar y presentar instrumentos e informe de los resultados de los diálogos participativos para el diseño y validación del racional creativo y piezas comunicacionales de la campaña.
  - a. Audiencias para diálogo: 1) hombres y mujeres (15-17 años) 2) Personas adultas (cercanas al entorno de los y las adolescentes (docentes, personal de salud, padres y madres de familia y líderes comunitarios).
  - b. Alcance territorial: 3 cabeceras municipales de tres regiones del país (norte, centro y RACCN).
  - c. Metodología: Uso de métodos cualitativos como grupos focales y/o entrevistas a profundidad a informantes claves.
2. Conceptualizar, diseñar, validar y producir piezas comunicacionales que incluya:
  - a. Documento de la campaña, con marco conceptual, etapas, mensajes principales, línea gráfica etc.
  - b. 20 viñetas radiales de un máximo de 45 segundos desagregadas en 4 ejes temáticos (cada uno con 5 viñetas radiales)

- c. 12 videos de 30 segundos (3 por etapa) para redes sociales y otros medios (de preferencia con personajes reales).
- d. Un paquete de herramientas para difusión digital (Twitter, Facebook e Instagram), dirigido a las audiencias seleccionadas en las localidades donde se implementa el proyecto. El paquete de materiales digitales deberá comprender 15 post adaptados para cada una de las redes mencionadas por cada uno de los 4 ejes temáticos (60 post en total) de los cuales al menos 12 deben ser una animación (tipo GIF o .mp4). Estos materiales responderán a los mensajes propuestos para cada fase de la campaña de comunicación.

### **3. Actividades a desarrollar**

Además, la empresa deberá cumplir con las siguientes tareas:

- a. Entrega de cronograma detallado de todas las actividades, incluidas en los TDR.
- b. Asistencia a reuniones que organice UNFPA (con representantes de gobierno - salud, educación, protección) para aprobación de racional creativo y mensajes claves, línea gráfica, guiones de viñetas y spots, así como copies y descripción gráfica de los post, entre otros.
- c. Entrega de instrumentos de investigación cualitativa para la realización de los diálogos participativos.
- d. Entrega de informe de resultados de diálogos participativos y validaciones, incluyendo el material de registro de los contenidos.
- e. Entrega de documento diseñado y diagramado sobre campaña de comunicación para la prevención del embarazo en adolescentes en 20 municipios del país, y piezas de comunicación. Este documento se entregará (impreso y en digital) en papel bond 40 gr., impresión full color anverso y reverso incluirá fotografías y estará diseñado siguiendo la línea gráfica y de branding de UNFPA.
- f. Entrega de todas las piezas de comunicación en sus versiones digitales originales y editables y en versión de calidad media para publicación en web y comunidades digitales.

### **4. Dependencia y Coordinación**

La empresa seleccionada trabajará en coordinación con Claudia Porras, Asociada de Comunicaciones.

### **5. Compromiso con Normas de Seguridad del Sistema de Naciones Unidas.**

La empresa deberá designar un coordinador/a quien será el punto de contacto con UNFPA para una eficaz coordinación y seguimiento de la consultoría. Además, será responsable y se comprometerá a cumplir con las Normas de las Naciones Unidas en cuanto a Seguridad Personal, prevención del abuso y explotación sexual, y confidencialidad en el manejo de la información y documentos durante y después del período de la consultoría. Todas estas normas están vinculadas a la Norma de Ética de las Naciones Unidas, por lo que su cumplimiento es imperante.

Es obligatorio que el equipo consultor realice los siguientes cursos:

Fraud and corruption awareness and prevention:

([https://extranet.unfpa.org/Apps/Antifraud/English/story\\_html5.html](https://extranet.unfpa.org/Apps/Antifraud/English/story_html5.html))

PSEA – Prevention of sexual exploitation and abuse:  
([https://extranet.unfpa.org/Apps/PSEA2017/story\\_html5.html?lms=1](https://extranet.unfpa.org/Apps/PSEA2017/story_html5.html?lms=1))

BSAFE: (<https://training.dss.un.org/courses/login/index.php>)

UNFPA no asumirá costos ni responsabilidad por daños al equipo humano o técnico que pudiesen ocurrir durante el desarrollo de la consultoría, inclusive al momento de transporte del personal.

## **6. Duración y lugar**

La prestación de servicios tendrá una duración de 6 meses. La empresa deberá contar con sus propios equipos para trabajar desde el lugar que la misma disponga.

## **7. Modalidad de Pago**

Dentro del período de contrato se realizará el proceso de pago, abajo detallado:

Un 30% del costo total de la consultoría a la entrega de:

- Cronograma y metodología de trabajo e instrumentos de investigación cualitativa para la realización de los diálogos participativos y el racional creativo en borrador a satisfacción de UNFPA.

Un 20% del costo total de la consultoría a la entrega de:

- Reporte de resultados de los diálogos participativos, racional creativo en versión final y línea gráfica y guiones de las piezas comunicacionales.

Un 25% del costo total de la consultoría a la entrega de:

- Producidas y validadas piezas comunicacionales radiales, audiovisuales y para redes sociales.

Un 25% del costo total de la consultoría a la entrega de:

- Documento de campaña validado (impreso y digital) para la prevención del embarazo en adolescentes en 20 municipios del país y sus productos comunicacionales, consensuados, ajustados y validados con la entera satisfacción de UNFPA.

## **8. Propiedad Intelectual**

UNFPA será propietario de todos los derechos de propiedad intelectual y demás derechos de propiedad, incluyendo sin limitación, patentes, derechos de autor y marcas registradas respecto a los productos o documentos y otros materiales que tengan una relación directa o sean producidos, preparados u obtenidos como consecuencia de o en el curso de este contrato. UNFPA compartirá con los miembros del Comité Técnico (MIFAM, MINED, MINSA y MINJUVE) del proyecto PAP los derechos de propiedad intelectual de los productos elaborados en la presente consultoría, siendo estos de carácter confidencial, no pudiendo ser divulgados, salvo autorización expresa de los propietarios (Comité Técnico del proyecto PAP).

## **9. Presentación de propuesta:**

La Propuesta debe incluir los siguientes documentos:

**Una propuesta técnica** que incluya:

- Objetivos generales de la consultoría
- Objetivos específicos
- Audiencias de interés
- Metodología para el desarrollo de los diálogos participativos de comunicación y la campaña de comunicación
- Propuesta inicial conceptual, creativa y abordaje visual y gráfico, con la descripción (sugerencias de enfoques) de las etapas de la campaña y de todas las piezas comunicacionales (radiales, audiovisuales y posts).
- Entregables
- Equipo de trabajo y responsabilidades
- Cronograma
- Anexos incluyendo
  - Evidencias del desarrollo de proyectos similares (adjuntar máximo 3 productos en PDF o el link electrónico para su consulta, portafolio etc.)  
Una o más experiencias de campañas de alta relevancia y alcance nacional relativas a la cooperación al desarrollo, de preferencia sobre la salud sexual y reproductiva/ prevención de la violencia basada en género (deseable).
  - Presentar CV del coordinador/a de la consultoría y de los integrantes de su equipo de trabajo.
  - Listado de clientes y al menos 2 referencias sobre la valoración de servicios realizados previamente.

**Una propuesta económica** que incluya:

- Un desglose de los costos de cada uno de los productos solicitados en el inciso 2 de estos TDR. Especificar tiempos de entrega para cada producto solicitado. UNFPA no asumirá ningún otro costo que no esté detallado en la propuesta.

**Perfil de la empresa** que incluya evidencia de:

- La empresa tiene experiencia demostrada de al menos 5 años en la realización de consultas, entrevistas, grupos focales (diálogos participativos) para el diseño de productos de comunicación, de preferencia en el marco de la cooperación al desarrollo o humanitarios.
- La empresa tiene experiencia demostrada en la conceptualización, diseño, producción y validación de campañas de alta relevancia y alcance nacional o regional, relativas a los temas de la cooperación al desarrollo, con preferencia hacia la salud sexual y reproductiva y la prevención de la violencia basada en género.
- Experiencia profesional de la empresa de al menos 3 años en el diseño de campañas con enfoque educativo, de derechos humanos, interculturalidad y perspectiva de género.
- Experiencia profesional de la empresa en la realización de al menos una campaña orientada a adolescentes y jóvenes.

Las propuestas deberán presentarse en electrónico al correo electrónico [ksoto@unfpa.org](mailto:ksoto@unfpa.org). Al momento de remitir la documentación se debe detallar en el asunto del correo el título de la consultoría a la que está aplicando y los datos de contacto del oferente en el cuerpo del correo.

Una vez publicados los términos de referencia, podrán realizar consultas por un período de cinco días, vía correo electrónico dirigidas a [ksoto@unfpa.org](mailto:ksoto@unfpa.org).

**10. Responsabilidad de la empresa por sus empleados (cláusula a ser incluida en caso de contratación de equipos de consultores) (N/A)**

- La empresa será responsable por la competencia técnica y profesional de sus colaboradoras/es y seleccionará a personas confiables que se desempeñen eficientemente en la implementación de la propuesta, respetando las costumbres locales y conservando un alto nivel de moralidad y conducta ética. La empresa deberá contratar y mantener un seguro contra accidentes de trabajo o su equivalente, en relación a sus colaboradores para cubrir demandas por daños personales o muerte relacionadas a esta consultoría.

**Nota:**

- No existe ninguna tarifa o cuota que debe ser pagada en ningún momento del proceso de selección.
- El UNFPA no solicita o revisa información referida a VIH o SIDA y no discrimina sobre el estado serológico de VIH.

<b>AGENCY</b>	<b>ACCOUNT</b>	<b>FUND</b>	<b>DEPARTMENT</b>	<b>PROJECT</b>	<b>IMPL. AGENT</b>	<b>ACTIVITY</b>
UNFPA	72165	CAB04	72400	NIC09PAP	PU0074	112CADUNFP

Aprobado



David Orozco  
Representante Auxiliar  
UNFPA Nicaragua