



## INFORME FINAL

# EVALUACIÓN FINAL Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROYECTO ACTIVISMO JUVENIL PARA LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

Enero 2020

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>03</b>
<b>II.</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN EVALUADA</b>	<b>05</b>
<b>III.</b>	<b>ACCIONES REALIZADAS DURANTE EL PROYECTO</b>	<b>10</b>
<b>IV.</b>	<b>METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN</b>	<b>15</b>
<b>V.</b>	<b>ANÁLISIS DE INFORMACIÓN RECOPIADA</b>	<b>17</b>
<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>37</b>
<b>VII.</b>	<b>LECCIONES APRENDIDAS</b>	<b>42</b>
<b>VIII.</b>	<b>RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS</b>	<b>44</b>
<b>IX.</b>	<b>ANEXOS</b>	<b>48</b>

## I. INTRODUCCIÓN

El presente informe muestra los resultados del ejercicio de evaluación del “*Proyecto Activismo Juvenil para la Promoción de la Igualdad de Género*”. El mismo ha sido financiado por Junta Castilla la Mancha e implementado por Confederación Nacional de Mujeres del Campo (CONAMUCA) con el acompañamiento de OXFAM Intermon en las zonas de intervención: Yaguate (Semana Santa y Mana), San Cristóbal (Niza y Montaña), y San Gregorio de Nigua o Nigua (El Puente y Dios Dirá), de la Provincia de San Cristóbal.

Públicos y Estrategias como firma contratada para la evaluación y sistematización, enfocó la consultoría en levantar información cuantitativa y cualitativa del proyecto luego de su ejecución tomando en cuenta los criterios establecidos de pertinencia, impacto, eficiencia, eficacia, valor agregado de OXFAM, así como sostenibilidad y recomendaciones para la segunda fase de gestión del proyecto. De igual manera, el ejercicio recoge lecciones aprendidas y buenas prácticas.

Para el levantamiento de información cuantitativa se aplicó la encuesta realizada en la línea de base con el objetivo de medir el nivel de avance porcentual de los indicadores del Proyecto.

El levantamiento de información cualitativa se utilizó técnicas participativas como son las entrevistas a profundidad a actores claves involucrados en la implementación de las acciones del proyecto y la realización de grupos focales con jóvenes, líderes y lideresas de las comunidades participantes. En este sentido, se diseñaron instrumentos con preguntas generadoras, que permitieron obtener insumos de calidad sobre los principales criterios evaluados.

Algunas de las preguntas incluidas en los instrumentos fueron las siguientes: Antes del Proyecto, ¿Habían participado en alguna actividad sobre reducir desigualdades de género?; En el marco de esta iniciativa, ¿En cuáles actividades han participado?; ¿Pueden identificar algunos conceptos o comportamientos que tenían antes de su participación en el Proyecto y que han cambiado a raíz de este?; ¿Cuáles actividades han tenido mayor impacto en el trabajo con jóvenes?; ¿Han participado en algún programa de formación sobre promoción de la igualdad de género?; ¿Nos pueden mencionar si han tomado decisiones personales de rechazo a la violencia contra las mujeres?; ¿La formación que han recibido en este proceso ha contribuido a reducir desigualdades de género en su entorno cercano?

Aunque serán desarrollados con profundidad en los siguientes capítulos del informe, se comparten aquí algunos de los resultados de la intervención del proyecto:

- 1) Los y las jóvenes del Proyecto **han demostrado un cambio de concepto y comportamientos que apuntan a la reducción de desigualdad de género** en sus comunidades convirtiéndose en referentes y líderes y lideresas sociales.
- 2) **La intervención a través de las acciones ejecutadas ha creado núcleos comunitarios de jóvenes** que realizan actividades, en coordinación con CONAMUCA y organizaciones de base, sobre sensibilización y promoción de la igualdad de género garantizando de esta manera la sostenibilidad del Proyecto.
- 3) **CONAMUCA ha aumentado su presencia comunitaria** en las zonas de intervención y el proceso ha contribuido a su fortalecimiento institucional.

## II. DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN EVALUADA

El proyecto “*Activismo juvenil para la promoción de la igualdad de género*” está siendo implementado por La Confederación Nacional de Mujeres del Campo (CONAMUCA) y OXFAM, con el financiamiento de La Junta de Castilla La Mancha.

5

Su impacto alcanzará de forma directa en 1,122 personas. De las cuales 650 son mujeres (58%) y 472 son hombres (42%). Será ejecutado en un período de 12 meses, en seis comunidades de tres municipios de la provincia de San Cristóbal:

1. Yaguatae
  1. Semana Santa
  2. Mana
2. San Cristóbal
  3. Nizao
  4. Montaño
3. San Gregorio de Nigua o Nigua:
  5. El Puente
  6. Dios Dirá

La problemática abordada es la normalización de las violencias contra las mujeres y las niñas en zonas rurales de la República Dominicana, en especial entre personas jóvenes, debido a insuficientes estrategias de prevención dirigidas a este colectivo poblacional.

En tal sentido, esta iniciativa se enfoca en reducir las violencias de género en población joven y de zonas olvidadas por las autoridades gubernamentales y actores sociales. De igual forma, busca intervenir o modificar normas sociales en jóvenes y que a su vez estos sirvan de multiplicadores apostando al trabajo de pares.

Una intervención de este tipo considera las necesidades actuales de las mujeres jóvenes dominicanas de ser agentes de cambio y de disminuir las formas de violencia de las que son objeto.

Esta iniciativa es el resultado de una sinergia en la que participan liderando:

OXFAM trabaja a nivel mundial con herramientas innovadoras y eficaces, para lograr que las personas puedan salir de la pobreza por sí mismas y prosperar. A través de sus iniciativas salvan vidas en situaciones de emergencia y ayudan a recuperar medios de vida. Asimismo, impulsan campañas para que las voces de las personas en situación de pobreza puedan influir en las decisiones que les afectan en el ámbito local y global.

La Confederación Nacional de Mujeres del Campo (CONAMUCA) es una organización social educativa y popular que promueve los derechos de las mujeres y reivindica las necesidades de las mujeres del campo. Está conformada por quince (15) Federaciones Municipales, de igual número de municipios, 227 asociaciones de base y más de 8,000 mujeres afiliadas en todo el país.

El proyecto tiene como objetivo general contribuir a la eliminación de la violencia contra las mujeres a través de estrategias de prevención vinculadas al ODS 5 y la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, en el objetivo específico 1.2.2: “Construir un clima de seguridad ciudadana basado en el combate a las múltiples causas que originan la delincuencia, el crimen organizado y la violencia en la convivencia social, incluyendo la violencia contra la mujer, niños, niñas y adolescentes, mediante la articulación eficiente de las políticas de prevención, persecución y sanción”.

El objetivo específico es generar cambios en conocimientos, actitudes y comportamientos de jóvenes, entre 15 a 24 años, sobre violencia contra las mujeres, en seis comunidades rurales de la provincia de San Cristóbal. La estrategia de actuación se basa en promover cambios en las normas socialmente aceptadas sobre violencias contra las mujeres.

Para el logro del objetivo general en el contexto descrito y para la población beneficiaria definida, se establecieron tres resultados esperados con sus respectivas actividades definidas, las cuales listamos a continuación:

**Resultado Esperado 1: Sensibilización y formación:** Aumentado el conocimiento de jóvenes sobre igualdad de género y deconstrucción de normas sociales que sustentan las violencias contra las mujeres y las niñas.

***R.1.A.1*** Diagnóstico comunitario sobre conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) acerca de los imaginarios de género subyacentes en la población meta.

***R.1.A.2*** Jornadas de aprendizaje sobre relaciones igualitarias, imaginarios de género y activismo social por la igualdad implementados por jóvenes formados/as (1 ciclo de 5 jornadas).

**Resultado Esperado 2: Articulación:** Modificadas las actitudes de los y las jóvenes para cuestionar y rechazar normas sociales que promuevan las violencias contra las mujeres, articulando redes de actuación (y/o fortalecimiento de las existentes como la Articulación Juvenil Campesina, entre otras) y diseñando proyectos comunitarios de impacto.

**R.2.A.1** Diseño y elaboración de material explicativo sobre metodología de trabajo en red en las comunidades.

**R.2.A.2** Conformación de la red de multiplicadores comunitarios contra la violencia de género a través de la Articulación Juvenil Campesina (12 reuniones de coordinación).

**R.2.A.3** Implementación de proyectos comunitarios promoviendo deconstrucción de normas sociales que sustentan la violencia contra las mujeres con actores comunitarios, concluyendo en visitas a autoridades competentes (6 proyectos, 1 por comunidad).

**R.2.A.4** Mentoría para el seguimiento a la implementación de proyectos comunitarios (12 visitas de acompañamiento).

**R.2.A.5** Sistematización de resultados y experiencias a partir de los proyectos comunitarios y presentación ante autoridades competentes a través de un “Tour por la Igualdad de Género”.

**Resultado Esperado 3: Incidencia:** Modificados los comportamientos para generar relaciones igualitarias de género en jóvenes de las comunidades rurales, a través de la promoción, movilización y campaña hacia ciudadanía general y autoridades.

**R.3.A.1** Campaña comunitaria promoviendo deconstrucción de normas que sustentan violencia contra las mujeres.

La estrategia promueve el fortalecimiento de redes locales de jóvenes, en coordinación con el consorcio de organizaciones nacionales e internacionales que implementan la campaña global “¡Basta! Acabemos con las violencias contra las mujeres y niñas”, liderada por OXFAM.

### **Actividades de campaña en las comunidades:**

- R.3. A.1.1 Torneos deportivos para la promoción de igualdad de género.
- R.3. A.1.2 “Día verde” de intercambio comunitario y siembra del campo contra estereotipos de género.
- R.3. A.1.3 Campaña en redes sociales.
- R.3. A.1.4 Concurso de fotografía.
- R.3. A.1.5 Acto de entrega de premio y exposición de fotográfica, convocando a la comunidad y autoridades.
- R.3. A.1.6 Socio-drama y exposición en 4 comunidades.
- R.3. A.1.7 Participación de líderes de las redes juveniles en medios de comunicación local (radio y TV) como parte del “Tour por la Igualdad de Género”.
- R.3. A.1.8 Foros de debate comunitario.

Para la gestión, monitoreo y evaluación de la intervención del proyecto se elaboró un plan de trabajo y se estableció un equipo técnico de implementación el cual, realiza reuniones de planificación, seguimiento y evaluación periódicas.

### III. ACCIONES REALIZADAS DURANTE EL PROYECTO

Para la implementación de las acciones se inició con la consolidó un grupo de 27 jóvenes líderes, provenientes de las seis comunidades del proyecto, con los que se trabajó de manera sistemática y continua en su preparación.

10

El trabajo formativo con este grupo de jóvenes se desarrolló a partir de un conjunto de actividades, realizadas desde una metodología específica para cada tema, participativa e inclusiva.

Una de las principales actividades fueron **las jornadas de formación** las cuales crearon espacios seguros de auto reflexión sobre los roles de hombres y mujeres, y las actitudes e ideas que mantienen la subordinación de un género sobre el otro.

Las jornadas abordaron los siguientes temas (Se adjunta link a las FV correspondientes):

- a. Construcción de género: <https://bit.ly/2NHaCEj>
- b. Imaginarios de violencia contra las mujeres: <https://bit.ly/2LkFiIX>
- c. Salud sexual y reproductiva de jóvenes: <https://bit.ly/2UgMA4l>
- d. Masculinidades positivas: <https://bit.ly/2Zrea4G>
- e. Recapitulación de las cuatro jornadas anteriores, definición de proyectos de cambio y de las líneas para la campaña comunitaria sobre VCM: <https://bit.ly/2lPofWE>



### *Talleres de formación de los/as jóvenes*

Un producto no esperado de las jornadas formativas fue **la creación de proyectos de cambio en VCM a ejecutar en cada comunidad**, que a su vez se unieron a la campaña nacional “**Resetéate**”. Acabemos con la violencia hacia las mujeres”, de la cual la CONAMUCA forma parte. Los proyectos de cambio que surgieron crearon un efecto de liderazgo de los jóvenes dentro de las comunidades. Asimismo, han permitido acercar el proyecto a las comunidades, aumentado su impacto, y generando espacios de debate, intercambio y conocimiento local sobre la VCM y la posición social de hombres y mujeres.

A continuación, se presentan los distintos proyectos, organizados por comunidad:

Montaño: Consistió en la realización de un encuentro sobre imaginarios de violencia, realizado en coordinación con el grupo de jóvenes de la iglesia y la junta de vecinos. El grupo de jóvenes presentó un video “La Plegaria de Bobby” y luego una película con entrada abierta a toda la comunidad.

Dios Dirá: Los y las jóvenes de esta comunidad crearon un grupo juvenil comunitario denominado “Renovación Juvenil”, integrado por 19 jóvenes, (17 mujeres y 2 hombres). El acto de lanzamiento del grupo se realizó durante el mes de agosto 2019, con la participación de más de 60 personas de la comunidad. Entre las actividades desarrolladoras podemos mencionar:

- Un taller de tres horas sobre imaginarios de VCM en personas jóvenes, usando técnicas de las aplicadas durante las Jornadas impartidas en el marco del proyecto. Asistieron 20 jóvenes, 15 Mujeres y 5 hombres.
- Una reunión con la municipalidad solicitando permiso y fondos para hacer una kermés e imprimir camisetas. El ayuntamiento les donó 3mil pesos (EUR\$ 52.63).
- Realizaron una kermés pro-fondo grupo y se entregaba material educativo sobre VCM y la campaña nacional de Oxfam contra la violencia. En total recaudaron 18mil pesos dominicanos (315 euros).

El Puente Rolón: Los y las jóvenes de esta comunidad crearon un grupo juvenil comunitario compuesto por 15 jóvenes de ambos sexos (50% mujeres - 50% hombres), que elaboró un plan de trabajo con las siguientes actividades:

- Jornada de concienciación de igualdad de género en un día de limpieza de la playa.
- Un día verde.
- Tarde igualitaria en la playa.
- Crear un grupo de bailes, junto a un grupo de chicos y chicas que tocan música de palos.
- Caminatas el 8 de marzo, 25 de noviembre y 18 de febrero (Día Nacional de la Juventud).

Niza: Los y las jóvenes realizaron encuentros con jóvenes de la comunidad para presentar la campaña nacional de Oxfam contra la violencia: Resetéate. Prepararon conciertos con canciones alusivas al tema y realizaron las reuniones de seguimiento en el centro comunal.

Mana: Se realizaron encuentros con la Asociación de Productores/as, quienes apoyan al grupo. También se reunieron con grupos de mujeres para identificar sinergias. Hasta el momento el grupo ha realizado reuniones en la escuela de la zona.

Yaguate: Los y las jóvenes realizaron un encuentro y una reunión de socialización de la campaña Resetéate con el grupo local llamado “Código”. Organizaron un concurso de Rap analizando canciones y cambiándole las letras para desmontar los imaginarios negativos de género, generalmente difundidas en las canciones de RAP, y fomentar procesos de un auto análisis y crítica social.

Realizaron **talleres y charlas en espacios comunitarios** no previstos, como las iglesias y espacios públicos retando los imaginarios tradicionales de género.

**Creación de grupos juveniles y fortalecimiento de la Red de Articulación Juvenil Campesina de CONAMUCA**, con intervenciones en las comunidades orientadas al desmonte de estereotipos e imaginarios negativos de género.

**Lanzamiento de los grupos juveniles por comunidades**, a través de la realización de diferentes actividades adaptadas a los interés o actitudes de los/as jóvenes del grupo juvenil.

**Elaboración de un Diagnóstico comunitario sobre conocimientos, actitudes y prácticas (CAP)** o Diagnóstico de Línea de Base donde los resultados apuntan a un cambio positivo en las actitudes de los/as jóvenes participantes. No obstante, evidenció la necesidad de continuar profundizando en el desmonte de los estereotipos de género.

**Realización de mentoría**, tomando como referencia la metodología de la organización Gender at Work como parte de las técnicas Gender, Action and Learning (GAL). Este acompañamiento técnico promueve la sostenibilidad de la intervención a través de la creación de espacios de activismo locales con capacidades propias de autogestión y visión política que cuestiona las relaciones de poder entre mujeres y hombres.

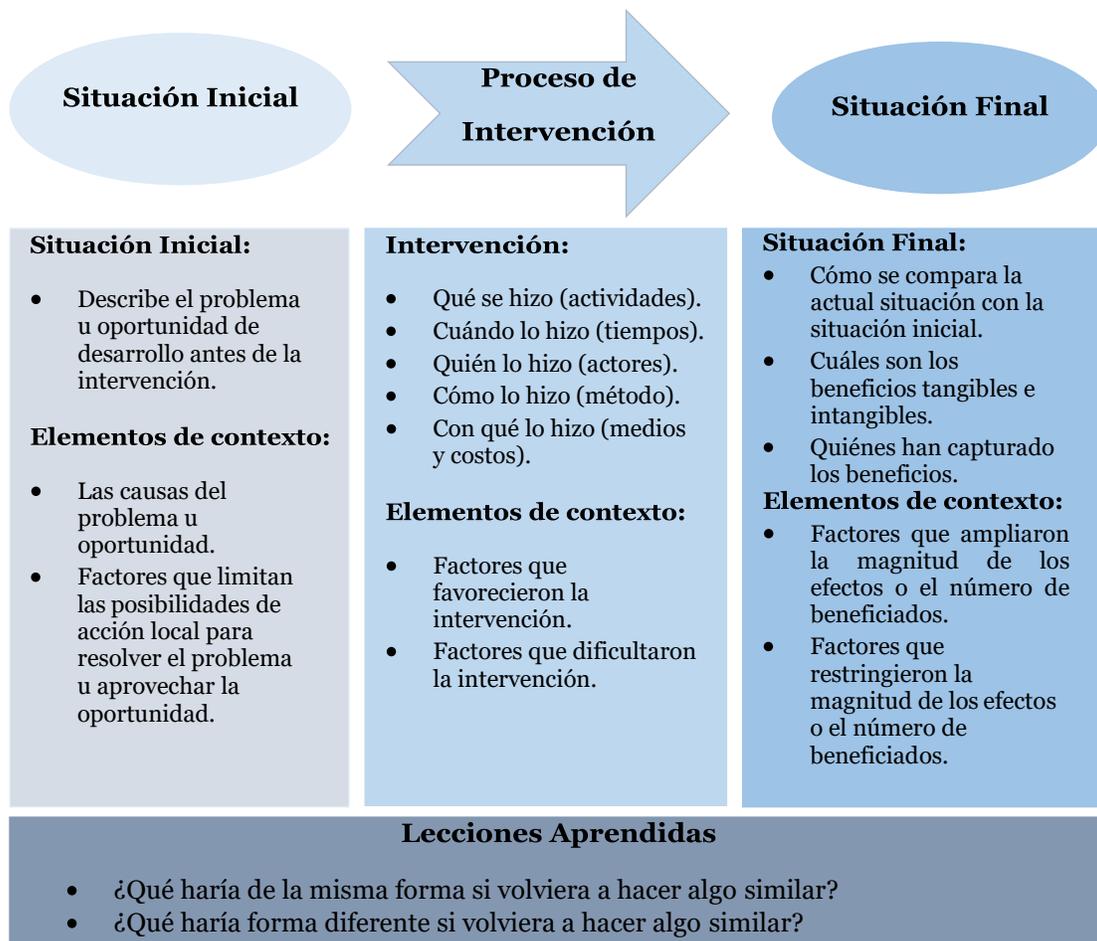
Tomando como referencias las acciones listadas anteriormente podemos resumir que el Proyecto se desarrolló en la siguiente línea de tiempo:



#### IV. METODOLOGÍA DE LA EVALUACIÓN

La metodología de la presente evaluación fue altamente participativa integrando a todos los actores del proyecto. Para levantar toda la información de valor se diseñó un proceso que partió del contexto y situación inicial descrita en los documentos de la iniciativa, luego se realizó un trabajo de campo con entrevistas a profundidad, grupos focales y aplicación de encuesta que ha permitido identificar resultados, avances, lecciones aprendidas y recomendaciones para dar continuidad a las acciones.

#### MODELO GENERAL Y DESCRIPTIVO DE LA EVALUACIÓN



Fuente: Julio Berdegú, et al. 2000.

Las técnicas de recolección de datos utilizadas para la evaluación fueron:

1. Revisión de los documentos del proyecto incluyendo el formulario, el informe de línea de base y el informe de medio término, entre otros.
2. Entrevistas a profundidad con actores claves de CONAMUCA y OXFAM.
3. Realización de grupos focales con jóvenes del proyecto, líderes y lideresas comunitarias y miembros de organizaciones de base en las zonas intervenidas.
4. aplicación de encuesta de la línea de base a veinte (20) jóvenes del proyecto para medir su nivel conocimiento antes de su participación durante y después de esta.

16

Con el objetivo de generar opinión durante las entrevistas a profundidad y los grupos focales se diseñaron instrumentos de recolección de información con preguntas generadoras y adaptadas a los actores y grupos de beneficiarios/as.

Las entrevistas y grupos focales se realizaron a las personas claves seleccionados por CONAMUCA. Dentro de los criterios para la selección de estos, se incluyeron aquellas personas individuales o representantes de organizaciones que han formado parte de la iniciativa en las zonas de intervención.

Al finalizar la revisión de los documentos que sustentan el proyecto y al realizar el trabajo de levantamiento de información en las comunidades, se hizo un análisis profundo de toda la información levantada para ofrecer a la gerencia del proyecto las recomendaciones, lecciones aprendidas y buenas prácticas.

## V. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN RECOPIADA

La información recopilada ha sido analizada de acuerdo a los criterios establecidos en el enfoque integral de una evaluación de proyectos. Dicha información fue obtenida a través de la revisión de los documentos base del proyecto, entrevistas y grupos focales realizados a las personas involucradas en el proceso: beneficiarios de las comunidades, equipo técnico de CONAMUCA y equipo técnico de OXFAM.

17

Para una mejor lectura y aprovechamiento en la toma de decisiones gerenciales futuras, se ha organizado la información cuantitativa y cualitativa de acuerdo a los resultados esperados, beneficiarios y beneficiarias del proyecto y los criterios de evaluación establecidos: pertinencia, impacto, eficiencia, eficacia, valor agregado de OXFAM, sostenibilidad y recomendaciones para la segunda fase de gestión del Proyecto.

### Datos demográficos de las/os jóvenes encuestados/as.

Los datos demográficos relevantes de las personas encuestadas en el marco de este proyecto son las siguientes:

#### Sexo:

15 mujeres = 75%

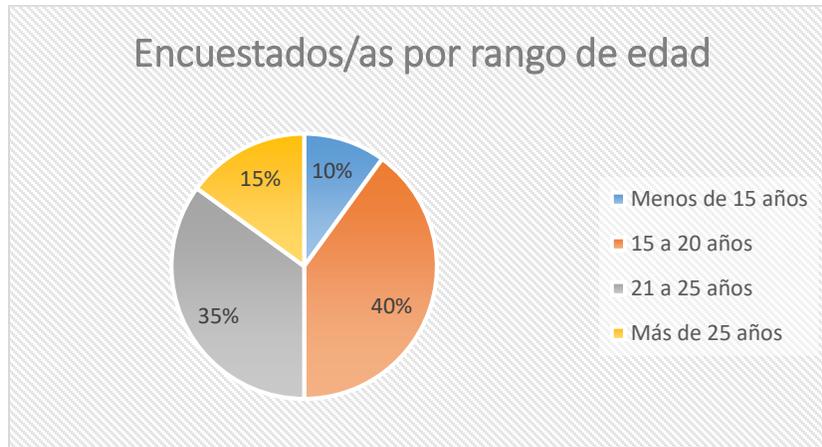


5 hombres = 25%

De los/as jóvenes encuestados/as el 75% corresponden a mujeres y solamente el 25% de los encuestados fueron hombres.

**Edad:**

**Gráfico 1**



El 10% de los/as encuestados/as son menores de 15 años y el 15% corresponden a mayores de 25 años, es decir que al sumar este resultado indica que el 25% del total de los/as encuestados/as está fuera del rango de edad definido. El 75% restante corresponde a 40% con edades entre 15 a 20 años y 35% entre 21 a 25 años.

**Pareja sentimental**

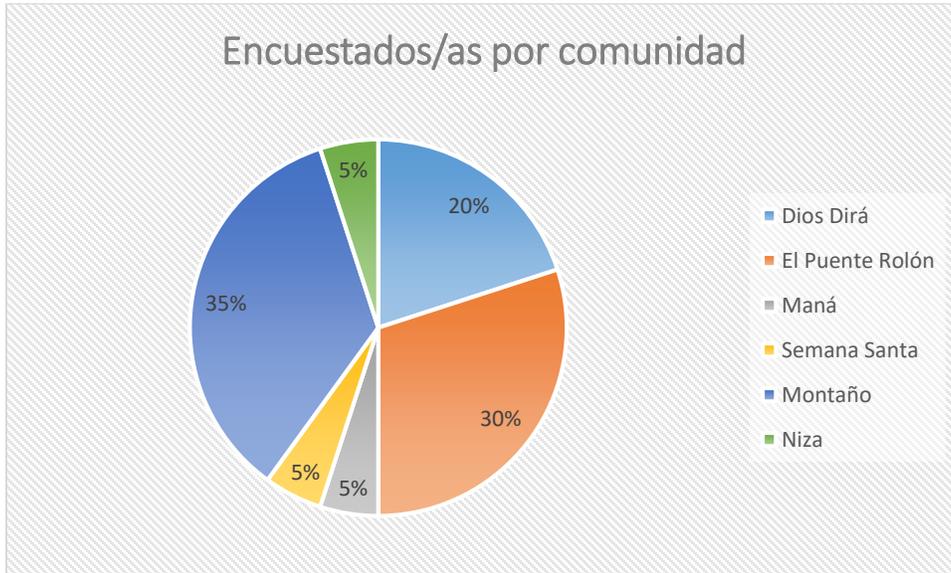
**Gráfico 2**



El 70% de los/as encuestados/as no tiene pareja sentimental y el 30% si tiene.

**Comunidades:**

**Gráfico 3**



De los encuestados el 35% corresponden a la comunidad de Montaña, el 30% a El Puente Rolón, el 20% a Dios Dirá y cada una de las comunidades Maná, Semana Santa y Niza un 5% respectivamente.

**Resultado Esperado 1:** Sensibilización y formación: Aumentado el conocimiento de jóvenes sobre igualdad de género y deconstrucción de normas sociales que sustentan las violencias contra las mujeres y las niñas.

<b>CLÚSTER #1: % de jóvenes de género femenino y masculino que identifican desigualdades de género.</b>												
Pregunta	Antes del Proyecto				Durante el Proyecto				TOTAL			
	SI		NO		SI		NO		SI		NO	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
1. Una mujer que sale sola de noche, siempre tendrá más probabilidades que los hombres de encontrarse con problemas.	3	15	2	10	5	25	10	50	8	40	12	60
2. El hombre es el responsable de mantener a la familia.	3	15	5	25	2	10	10	50	5	15	25	75
3. La mujer es la responsable del cuidado en el hogar.	2	10	6	30	3	15	9	45	5	15	25	75
4. La mujer debe ganar el mismo salario igual que el hombre si realizan el mismo tipo de trabajo.	7	35	2	10	11	55	0	0	18	90	2	10
5. La mujer tiene la obligación de atender al esposo y a los hijos cuando concluya su jornada laboral.	2	10	4	20	1	5	13	65	3	15	17	85
6. La mujer que sale a trabajar todos los días puede dejar al cuidado de los y las hijas al Padre.	6	30	2	10	10	50	2	10	16	80	4	20
7. Una mujer que es madre primeriza debe dejar sus estudios o trabajo y dedicarse a atender exclusivamente a su bebe y a su pareja.	2	10	8	40	0	0	10	50	2	10	18	90
8. Un homosexual (hombre o mujer) puede ser presidente/a de la República Dominicana.	6	30	0	0	10	50	4	20	16	80	4	20
9. Las mujeres lesbianas deberían ser aceptadas con total normalidad.	7	35	0	0	13	65	0	0	20	100	0	0
10. Los hombres son mejores conductores que las mujeres.	2	10	8	40	2	10	8	40	4	20	16	80
11. Hay algunos deportes que las mujeres no pueden hacer.	2	10	7	35	2	10	9	45	4	20	16	80
12. La mujer puede ser la directora de una empresa y tener bajo su mando a más de mil hombres.	10	50	0	0	10	50	0	0	20	100	0	0

### **Resultados: CLÚSTER #1:**

1. El 60% de los/as encuestados/as (75% mujeres – 25% hombres) estuvieron de acuerdo que una mujer que sale sola de noche no siempre tendrá más probabilidades que los hombres de encontrarse con problemas.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 10% tenía este conocimiento previamente.*
2. El 75% (80% mujeres – 20% hombres) considera que el hombre no es el responsable de mantener a la familia.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*
3. De igual manera el 75% (80% mujeres – 20% hombres) respondió que la mujer no es la responsable del cuidado en el hogar.
  - *45% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 30% tenía este conocimiento previamente.*
4. El 90% (72% mujeres – 28% hombres) estuvo de acuerdo que la mujer debe ganar el mismo salario que el hombre si realizan el mismo tipo de trabajo.
  - *55% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
5. El 85% (70% mujeres – 30% hombres) cree que la mujer no tiene la obligación de atender al esposo y a los hijos cuando concluya su jornada laboral.
  - *65% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*

6. El 80% (69% mujeres – 31% hombres) estuvo de acuerdo que si la mujer sale a trabajar todos los días puede dejar al cuidado de los hijos y las hijas al Padre.
  - *65% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*
7. El 90% (72% mujeres – 28% hombres) manifestó que una mujer que es madre primeriza no debe dejar sus estudios o trabajo y dedicarse a atender exclusivamente a su bebe y a su pareja.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 40% tenía este conocimiento previamente.*
8. Un 80% (82% mujeres – 18% hombres) de los/as encuestados/as coincidió que un homosexual (hombre o mujer) puede ser presidente/a de la República Dominicana.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 30% tenía este conocimiento previamente.*
9. El 100% (75% mujeres – 25% hombres) estuvo de acuerdo que las mujeres lesbianas deberían ser aceptadas con total normalidad.
  - *65% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
10. A la pregunta que si los hombres son mejores conductores que las mujeres el 80% (75% mujeres – 25% hombres) respondió que no.
  - *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 40% tenía este conocimiento previamente.*

11. De igual manera el 80% (75% mujeres – 25% hombres) respondió que no a la pregunta de que si hay algunos deportes que las mujeres no pueden hacer.

- *45% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*

23

12. El 100% (75% mujeres – 25% hombres) de los/as encuestados/as estuvo de acuerdo que la mujer puede ser la directora de una empresa y tener bajo su mando a más de mil hombres.

- *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 50% tenía este conocimiento previamente.*

**83% de jóvenes (75% mujeres – 25% hombres) identifican desigualdades de género.**

**CLÚSTER #2: % de jóvenes de género femenino y masculino que reconocen distintos tipos de normas sociales que perpetúan la violencia contra las mujeres.**

Pregunta	Antes del Proyecto				Durante el Proyecto				TOTAL			
	SI		NO		SI		NO		SI		NO	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
1. Es normal que el hombre sea el principal proveedor del hogar	1	5	7	35	3	15	9	45	4	20	16	80
2. Es normal que la mujer deje de estudiar o trabajar por cuidar a sus hijos	1	5	7	35	0	0	12	60	1	5	19	95
3. Es normal que una mujer consulte con su pareja que ropa utilizar para salir a una fiesta	0	0	8	40	0	0	12	60	0	0	20	100
4. Es normal que el hombre revise el celular de su mujer	0	0	6	30	0	0	14	70	0	0	20	100
5. Es normal que el hombre se moleste si su mujer no quiere tener relaciones sexuales conmigo.	1	5	4	20	0	0	15	75	1	5	19	95
6. Es normal pensar que las mujeres que han tenido muchos novios no se les respeta	0	0	7	35	3	15	10	50	3	15	17	85
7. Es normal y natural que a las mujeres se les diga piropos en la calle.	1	5	6	30	0	0	13	65	1	5	19	95
8. Es normal que una mujer salga de noche sola	5	25	1	5	13	65	1	5	18	90	2	10
9. Es normal que el hombre enamorado sea celoso.	0	0	5	25	1	5	14	70	1	5	19	95
10. El normal que una mujer sea corregida por un hombre si esta comete una falta	5	25	2	10	3	15	10	50	8	40	12	60
11. Es normal que mujer aguante el maltrato de un hombre ya que depende económicamente.	0	0	5	25	1	5	14	70	1	5	19	95
12. Es normal que una mujer lesbiana muestre su orientación sexual en la calle.	2	10	2	10	11	55	5	25	13	65	7	35

### **Resultados: CLÚSTER #2:**

1. El 80% (87% mujeres – 13% hombres) no estuvo de acuerdo con que es normal que el hombre sea el principal proveedor del hogar.
  - *45% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
  
2. A la pregunta que, si es normal que la mujer deje de estudiar o trabajar por cuidar a sus hijos, el 95% (74% mujeres – 26% hombres) respondió que no.
  - *60% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
  
3. Por otra parte, el 100% (75% mujeres – 25% hombres) estuvo de acuerdo con que no es normal que una mujer consulte con su pareja que ropa utilizar para salir a una fiesta.
  - *60% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 40% tenía este conocimiento previamente.*
  
4. De igual manera el total de los/as encuestados/as (75% mujeres – 25% hombres) respondieron que no es normal que el hombre revise el celular de su mujer.
  - *70% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 30% tenía este conocimiento previamente.*
  
5. El 95% (72% mujeres – 28% hombres) coincidió que no es normal que el hombre se moleste si su mujer no quiere tener relaciones sexuales conmigo.
  - *75% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*

6. Sobre si es normal pensar que las mujeres que han tenido muchos novios no se les respeta el 85% (76% mujeres – 24% hombres) dijo que no.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
7. Un 95% (74% mujeres – 26% hombres) de los/as encuestados/as respondió que no a la pregunta sobre si es normal y natural que a las mujeres se les diga piropos en la calle.
  - *65% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 30% tenía este conocimiento previamente.*
8. El 90% (72% mujeres – 28% hombres) expresó que es normal que una mujer salga de noche sola.
  - *65% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*
9. A la pregunta sobre si es normal que el hombre enamorado sea celoso el 95% (79% mujeres – 21% hombres) dijo que no.
  - *70% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*
10. Con respecto a este clúster #2, esta pregunta fue la que más diferencia produjo, al 60% (75% mujeres – 25% hombres) responder que no es normal que una mujer sea corregida por un hombre si esta comete una falta.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 10% tenía este conocimiento previamente.*

11. El 95% (74% mujeres – 26% hombres) expresó que no es normal que mujer aguante maltrato de un hombre, aunque depende económicamente de este.

- *70% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*

27

12. El 65% (85% mujeres – 15% hombres) respondió que sí es normal que una mujer lesbiana muestre su orientación sexual en la calle.

- *55% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 10% tenía este conocimiento previamente.*

**88% de jóvenes (77% mujeres – 23% hombres) reconocen distintos tipos de normas sociales que perpetúan la violencia contra las mujeres.**

**Resultado Esperado 2:** Articulación: Modificadas las actitudes de los y las jóvenes para cuestionar y rechazar normas sociales que promuevan las violencias contra las mujeres, articulando redes de actuación (y/o fortalecimiento de las existentes como la Articulación Juvenil Campesina, entre otras) y diseñando proyectos comunitarios de impacto.

**CLÚSTER #3: % de jóvenes de género femenino y masculino que afirman haber tomado decisiones personales de rechazo a la violencia contra las mujeres.**

Pregunta	Respuestas	Antes del Project		Durant e el Project		Total	
		#	%	#	%	#	%
1. Que mi pareja revise mi celular	Totalmente de acuerdo	1	5	0	0	1	5
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	1	5	4	20	5	25
	Totalmente en desacuerdo	8	40	6	30	14	70
2. Que mi pareja me hable con malas palabras	Totalmente de acuerdo	1	5	0	0	1	5
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	4	20	1	5	5	25
	Totalmente en desacuerdo	10	50	4	20	14	70
3. Que mi pareja me diga la ropa que debo usar	Totalmente de acuerdo	3	15	1	5	4	20
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	2	10	0	0	2	10
	En desacuerdo	3	15	1	5	4	20
	Totalmente en desacuerdo	5	25	5	25	10	50
4. Que mi pareja me obligue a tener relaciones cuales cuando no estoy en eso	Totalmente de acuerdo	1	5	1	5	2	10
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	1	5	1	5	2	10
	Totalmente en desacuerdo	9	45	7	35	16	80
5. Que los hermanos golpeen a sus hermanas para corregirlas	Totalmente de acuerdo	1	5	2	10	3	15
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	En desacuerdo	0	0	4	20	4	20
	Totalmente en desacuerdo	9	45	4	20	13	65
6. Que los hombres deben tomar la iniciativa para las relaciones sexuales.	Totalmente de acuerdo	0	0	1	5	1	5
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	2	10	2	10
	En desacuerdo	2	10	4	20	6	30
	Totalmente en desacuerdo	5	25	6	30	11	55
7. Que una mujer que viste provocativamente está buscando pareja.	Totalmente de acuerdo	1	5	1	5	2	10
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	2	10	2	10
	En desacuerdo	1	5	5	25	6	30
	Totalmente en desacuerdo	6	30	4	20	10	50
	Totalmente de acuerdo	1	5	1	5	2	10

8. Que los hombres le deben de dar dinero a las mujeres.	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	5	25	5	25	10	50
	En desacuerdo	1	5	3	15	4	20
	Totalmente en desacuerdo	1	5	3	15	4	20
9. Que las mujeres no deben de descuidar el hogar por estar trabajando	Totalmente de acuerdo	1	5	2	10	3	15
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	2	10	4	20	6	30
	En desacuerdo	0	0	3	15	3	15
10. Que un hombre homosexual no puede tomar de la mano a su pareja en publico	Totalmente en desacuerdo	5	25	3	15	8	40
	Totalmente de acuerdo	1	5	4	20	5	25
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	3	15	3	15	6	30
11. Que se deben denunciar una situación de violencia contra las mujeres, aun cuando no conozcan a la persona.	En desacuerdo	1	5	2	10	3	15
	Totalmente en desacuerdo	3	15	3	15	6	30
	Totalmente de acuerdo	7	35	8	40	15	75
12. Que todas las mujeres deben de ser madres.	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	2	10	1	5	3	15
	En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	Totalmente en desacuerdo	1	5	1	5	2	10
	Totalmente de acuerdo	1	5	0	0	1	5
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	5	25	2	10	7	35
	En desacuerdo	0	0	3	15	3	15
	Totalmente en desacuerdo	4	20	5	25	9	45

### **Resultados: CLÚSTER #3:**

- El 70% de los/as encuestados/as estuvieron totalmente en desacuerdo y un 25% dijeron estar en desacuerdo con que su pareja revise su celular para un total de 95% (74% mujeres – 26% hombres).
  - 50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 45% tenía este conocimiento previamente.
- De igual manera un 70% respondió en estar totalmente en desacuerdo y un 25% en desacuerdo sobre que su pareja les hable con malas palabras para un total de 95% (74% mujeres – 26% hombres) y un 5% (100% mujer) dijo estar de acuerdo.
  - 25% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 70% tenía este conocimiento previamente.

3. El 50% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 20% estar en desacuerdo para un total de 70% (80% mujeres – 20% hombres), sobre que su pareja le diga la ropa que debe usar. Un 20% (50% mujeres – 50% hombres) respondió estar de acuerdo y el 10% (50% mujeres – 50% hombres) ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo.
  - *30% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 40% tenía este conocimiento previamente.*
4. El 80% respondió estar totalmente en desacuerdo, un 10% en desacuerdo para un total de 90% (72% mujeres – 28% hombres) sobre que su pareja le obligue a tener relaciones sexuales cuando no están en eso. Un 10% (100% mujeres) dijo estar de acuerdo.
  - *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 50% tenía este conocimiento previamente.*
5. El 65% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 20% en desacuerdo para un total de 85% (71% mujeres – 29% hombres) sobre la pregunta de que los hermanos golpeen a sus hermanas para corregirlas.
  - *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 45% tenía este conocimiento previamente.*
6. El 55% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 30% en desacuerdo para un total de 85% (71% mujeres – 29% hombres) sobre que los hombres deben tomar la iniciativa para las relaciones sexuales.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*

7. Un 50% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 30% en desacuerdo para un total de 80%(75% mujeres – 25% hombres) sobre que una mujer que viste provocativamente está buscando pareja.
  - *45% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
  
8. La mitad de los/as encuestados/as (70% mujeres – 30% hombres) expresó no estar ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo en que los hombres le deben de dar dinero a las mujeres y la otra mitad se dividió entre un 20% (75% mujeres – 25% hombres) estar totalmente en desacuerdo y otro 20% (75% mujeres – 25% hombres) en desacuerdo. Solamente un 10% (100% mujeres) dijo estar de acuerdo.
  - *25% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*
  
9. El 40% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 15% en desacuerdo para un total de 55% (82% mujeres – 18% hombres) sobre que las mujeres no deben de descuidar el hogar por estar trabajando. Sin embargo, un 15% (67% mujeres – 33% hombres) dijo estar de acuerdo y el 30% (67% mujeres – 33% hombres) en estar ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo.
  - *30% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 25% tenía este conocimiento previamente.*
  
10. Sobre la pregunta que un hombre homosexual no puede tomar de la mano a su pareja en público, solamente un 30% dijo estar totalmente en desacuerdo y un 15% en desacuerdo para un total de 45% (89% mujeres – 11% hombres). Esto frente a un 30% (50% mujeres – 50% hombres) en estar ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo y un 25% (80% mujeres – 20% hombres) dijo estar de acuerdo.

- *25% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*
11. El 75% (67% mujeres – 33% hombres) dijo que se deben denunciar una situación de violencia contra las mujeres, aun cuando no conozcan a la persona.
- *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 35% tenía este conocimiento previamente.*
12. Sobre que todas las mujeres deben de ser madres, el 45% respondió estar totalmente en desacuerdo y un 15% en desacuerdo para un total de 60% (75% mujeres – 25% hombres). Un 35% (71% mujeres – 29% hombres) dijo estar ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo y solamente un 5% (100% mujeres) dijo estar de acuerdo.
- *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*

**74% de jóvenes (75% mujeres – 25% hombres) afirman haber tomado decisiones personales de rechazo a la violencia contra las mujeres.**

**74% de jóvenes (75% mujeres – 25% hombres) presentan una actitud negativa hacia normas sociales que promueven la VCM.**

**CLÚSTER #4: % de jóvenes de género femenino y masculino que asumen roles no estereotipados de género.**

Pregunta	Respuestas	Antes del Project		Durant e el Project		Total	
		#	%	#	%	#	%
1. Las mujeres por naturaleza son más hábiles para cuidar, por eso hay más enfermeras que enfermeros.	Totalmente de acuerdo	3	15	1	5	4	20
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	2	10	4	20	6	30
	En desacuerdo	2	10	2	10	4	20
	Totalmente en desacuerdo	2	10	4	20	6	30
2. Se respeta más a la autoridad cuando al mando esta un general o un coronel varón, que una mujer generala o coronela.	Totalmente de acuerdo	2	10	1	5	3	15
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	3	15	2	10	5	25
	En desacuerdo	0	0	2	10	2	10
	Totalmente en desacuerdo	2	10	8	40	10	50
3. República Dominicana está preparada para tener por primera vez una mujer como presidenta de la República.	Totalmente de acuerdo	2	10	9	45	11	55
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	1	5	1	5
	En desacuerdo	1	5	2	10	3	15
	Totalmente en desacuerdo	1	5	4	20	5	25
4. Los hombres son mejores deportistas que las mujeres, por eso ganan más dinero en el deporte.	Totalmente de acuerdo	0	0	0	0	0	0
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	3	15	2	10	5	25
	En desacuerdo	0	0	2	10	2	10
	Totalmente en desacuerdo	3	15	10	50	13	65
5. Las mujeres cocinan y limpian mucho mejor que los hombres.	Totalmente de acuerdo	0	0	4	20	4	20
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	4	20	3	15	7	35
	En desacuerdo	1	5	4	20	5	25
	Totalmente en desacuerdo	0	0	4	20	4	20
6. Los hombres pueden cuidar de sus hijos y hacer tareas del hogar mientras sus mujeres trabajan.	Totalmente de acuerdo	6	30	12	60	18	90
	Ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo	1	5	0	0	1	5
	En desacuerdo	0	0	0	0	0	0
	Totalmente en desacuerdo	0	0	1	5	1	5

### **Resultados: CLÚSTER #4:**

1. El 30% respondió estar totalmente en desacuerdo y un 20% en desacuerdo para un total de 50% (70% mujeres – 30% hombres) sobre que las mujeres por naturaleza son más hábiles para cuidar, por eso hay más enfermeras que enfermeros. La otra mitad respondió un 30% (66% mujeres – 34% hombres) ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo y un 20% (100% mujeres) dijo estar totalmente de acuerdo.
  - *30% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 20% tenía este conocimiento previamente.*
  
2. A la pregunta sobre si se respeta más a la autoridad cuando al mando esta un hombre general o un coronel, que una mujer generala o coronela. El 50% dijo estar totalmente en desacuerdo, 10% en desacuerdo para un total de 60% (58% mujeres – 42% hombres), un 25% (100% mujeres) ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo y un 15% (100% mujeres) totalmente de acuerdo.
  - *50% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 10% tenía este conocimiento previamente.*
  
3. Un 55% (64% mujeres – 36% hombres) dijo estar totalmente de acuerdo sobre que República Dominicana está preparada para tener por primera vez una mujer como presidenta de la República. Frente a un 25% (80% mujeres – 20% hombres) que está totalmente en desacuerdo y un 15% (100% mujeres) en desacuerdo. Un 5% (100% mujeres) ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo.
  - *45% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 10% tenía este conocimiento previamente.*

4. El 65% está totalmente en desacuerdo y un 10% en desacuerdo, para un total de 75% (80% mujeres – 20% hombres) sobre que los hombres son mejores deportistas que las mujeres, por eso ganan más dinero en el deporte.
  - *60% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 15% tenía este conocimiento previamente.*
  
5. El 20% está totalmente en desacuerdo y el 25% en desacuerdo para un total de 45% (78% mujeres – 22% hombres) sobre que las mujeres cocinan y limpian mucho mejor que los hombres. El 20% (75% mujeres – 25% hombres) respondió estar de acuerdo y el 35% (71% mujeres – 29% hombres) ni muy de acuerdo, ni en desacuerdo.
  - *40% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 5% tenía este conocimiento previamente.*
  
6. El 90% (72% mujeres – 28% hombres) dijo estar totalmente de acuerdo sobre que los hombres pueden cuidar de sus hijos y hacer tareas del hogar mientras sus mujeres trabajan.
  - *60% adquirió el conocimiento durante el proyecto y 30% tenía este conocimiento previamente.*

**63% de jóvenes (70% mujeres – 30% hombres) asumen roles no estereotipados de género.**

**Resultado Esperado 3:** Incidencia: Modificados los comportamientos para generar relaciones igualitarias de género en jóvenes de las comunidades rurales, a través de la promoción, movilización y campaña hacia ciudadanía general y autoridades.

<b>CLÚSTER #5: Las y los jóvenes de género femenino y masculino beneficiarias del proyecto que participan en acciones comunitarias contra la violencia de género.</b>												
Pregunta	Antes del Proyecto				Durante el Proyecto				TOTAL			
	SI		NO		SI		NO		SI		NO	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
1. ¿Has participado en acciones comunitarias contra la violencia de género?	2	10	1	5	16	80	1	5	18	90	2	10

**Resultados: CLÚSTER #5:**

1. El 90% de los/as encuestados/as respondió haber participado en acciones comunitarias contra la violencia de género. Solamente un 10% respondió no haber participado.
  - *80% empezó a participar durante el proyecto y 10% habían participado previamente.*

**90% de jóvenes (72% mujeres – 28% hombres) de beneficiarios/as del proyecto participan en acciones comunitarias contra la violencia de género.**

## VI. CONCLUSIONES

Luego de realizar el análisis de las informaciones levantadas, se ofrecen en este acápite algunas conclusiones de acuerdo a los criterios establecidos para la evaluación:

### Pertinencia.

1. Según los logros alcanzado **la estrategia del proyecto representa una oportunidad de intervención adecuada para la promoción de la igualdad de género** y fomentar los cambios previstos en la vida de las personas y en la comunidad en general.

“Hablamos de los imaginarios colectivos sobre género, se tiene pensado que las chicas no pueden jugar pelota, entonces en la comunidad del Puente Rolón realizamos un torneo que nombramos "un jonrón por la igualdad". La temática era mixta jugaban chicos con chicas, hubo cosas que no se pudieron hacer porque a la hora de jugar hubo chicos que dijeron: yo no voy a jugar con las muchachas. Pero esa fue la regla y al final se hizo. Pudimos desmontar muchos imaginarios, por ejemplo, hay muchachas en la comunidad que son fuertes y juegan pelota, y le decían que eran como hombres. Pero fueron imaginarios que pudimos ir cambiando”.

**Grupo focal equipo de CONAMUCA.**

2. **Los/as jóvenes reconocen el trabajo logrado** a través de la iniciativa, al igual que líderes y lideresas coinciden en que despertó el interés de la población objetivo en temas de género y les involucra en una estrategia que consideran dinámica y acorde con su realidad actual. A partir de la implementación los/as jóvenes de las comunidades se relacionaban mejor entre sí.

“Una de las cosas que yo creo que el proyecto cambio fue acerca de los piropos, nosotras tenemos una canción que dice que el piropo callejero es violencia. Se cree que cuando el hombre piropea la mujer se siente bien, nosotros le hicimos ver a través de las canciones que el piropo no es una forma de que la mujer se sienta bien. Y eso ya es algo que ellos tienen más deconstruido, porque los que conocen bien del proyecto ya no andan diciéndole piropos a una muchacha”.

**Grupo focal líderes comunitarios.**

3. Esta experiencia representa una lección aprendida para los/as involucrados/as y en el caso de OXFAM confirma que fue buena estrategia, la de **ser plataforma que facilita y promueve el empoderamiento para que sean los actores los gestores** de las transformaciones que necesitan.
4. **Los comités entienden que deben continuar trabajando en sus comunidades**, ya que han avanzado mucho, pero aún se evidencia resistencia en las comunidades, especialmente de las personas más adultas debido al arraigo cultural y generacional que estas poseen.
5. El equipo de CONAMUCA y los/as jóvenes consideran que se **debe buscar mecanismos para los casos de personas que viven en situación de violencia** que pueda incluir atención y empoderarles para que denuncien. Solo se trabajó en promoción de igualdad de género que era el objetivo de la campaña.
6. Las personas de la comunidad y los/as jóvenes reconocen que el proyecto **ha logrado reducir la brecha de desigualdad de género** en sus comunidades.

“Hay mujeres que se acostumbran que si el hombre no le busca la leña para cocinar no cocinan. En mi casa yo no me abstengo al hombre, yo agarro un hacha, corto la leña y la llevo a mi casa”.

**Grupo focal líderes comunitarios.**
7. **Los miembros de la comunidad conocen la campaña**, pero no propiamente el proyecto bajo el cual se ejecutó.

### **Impacto.**

8. Las múltiples actividades desarrolladas en el marco del proyecto **contribuyeron a un cambio de visión, despertar el liderazgo y la participación activa** de la población impactada.

El proyecto fue bueno porque en una forma despertó en muchos jóvenes y que dio a entender los imaginarios que teníamos tan normalizados, que vimos que nos afectaban mayormente a nosotras sobre todo a las mujeres jóvenes.

**Grupo focal jóvenes líderes.**

9. **La conformación autónoma de los núcleos de jóvenes** fue un logro no previsto en el diseño de la propuesta que permitió masificar el impacto de las acciones del Proyecto.
10. Los/as jóvenes formados por el proyecto **se expresan con mucha propiedad y demuestran que manejan conceptos y conocimientos del tema.**
11. Los/as jóvenes del proyecto aseguran que **no repetirán patrones** que generen cuadros de violencia, machismo o desigualdad en los espacios que interactúan o en la crianza de sus hijos e hijas. De igual manera manifiestan que se integran más a las actividades cotidianas del hogar buscando equilibrar las responsabilidades entre los diferentes miembros de la familia.
12. La mayoría de los enlaces son mujeres porque **ha sido difícil integrar a los hombres** debido a que estos muestran mayor resistencia al tema.

### **Eficiencia.**

13. **Los recursos financieros y humanos asignados para las estrategias y actividades iniciales en el proyecto son suficientes** para obtener resultados esperados.

### **Eficacia.**

14. **La metodología de la Campaña resulta más atractiva para los/as jóvenes.** El lenguaje que utiliza permite conectar con toda la población de las comunidades.
  
15. **La campaña atrae e involucra a los/as jóvenes, generando su identificación y apropiación, de una manera dinámica y divertida.** Esta no solo invita a denunciar casos de violencia, sino a cambiar imaginarios y desconstrucción de conceptos.

### **Valor agregado con el apoyo de OXFAM**

16. **OXFAM cumplió con su propósito de ser un ente que acompaña e impulsa** esta iniciativa para lograr que los/as beneficiarios/as directos/as se apropiaran y lideraran su ejecución impregnando su talento, creatividad, compromiso y adaptándolo a la realidad de la comunidad.

### **Sostenibilidad.**

17. **La creación de los núcleos representa una buena estrategia para que el proyecto continúe,** si cuentan con el apoyo de los líderes y las lideresas en lo adelante, este espacio puede mantenerse y generar actualización constante, así como la creación de otras iniciativas, ampliar el alcance a otros temas y desarrollar múltiples actividades.
  
18. **Los núcleos han logrado articularse con las instituciones de gobierno local y asociaciones comunitarias** como una manera de garantizar el uso de los espacios y recursos de la comunidad una vez concluido el proyecto.

### **Factores que favorecieron la intervenci3n:**

1. El empoderamiento, compromiso y capacidad del personal t3cnico de CONAMUCA y OXFAM sobre promoci3n e igualdad de g3nero en las comunidades.
2. Las actividades del Proyecto est3n relacionadas con la estrategia de intervenci3n de CONAMUCA contraparte para el desarrollo de estas y de OXFAM.
3. La base comunitaria y las relaciones con organizaciones que trabajan con promoci3n e igualdad de g3nero que tiene CONAMUCA.
4. Disponibilidad de espacios comunitarios y del CONAMUCA para realizar las actividades del Proyecto permitiendo optimizar los recursos.

### **Factores que dificultaron la intervenci3n:**

1. Tener un d3bil sistema de monitoreo, evaluaci3n y aprendizaje que permita el seguimiento al cumplimiento de metas e indicadores el Proyecto.

## VII. LECCIONES APRENDIDAS

1. **Las comunidades**, sin importar su cercanía, **tienen condiciones y responden a contextos distintos**. Esto tiene impacto al momento de la coordinación y la articulación de los/as involucrados/as, lo que requiere que se tome en cuenta, ya que su intervención puede variar dependiendo de su estructura y organización social y comunitaria.
2. **Las actividades deportivas, culturales y artísticas son más efectivas** para lograr la participación de los/as jóvenes en proyectos y tienen mayor impacto en ellos y ellas.
3. **Generar sentido de pertenencia en los/as jóvenes permite la identificación con la causa**, por lo cual fue acertado que los comités tuvieran identidad propia con sus nombres y estructura.
4. **La realización de los lanzamientos de los núcleos en las comunidades generó atención de sus comunitarios/as**, es decir que es una actividad a tomar en cuenta para este tipo de intervenciones.
5. **Manejar el lenguaje adecuado al público objetivo**, tomando en cuenta sus códigos, jerga, el contexto de en el que se desenvuelven y su realidad, **fue determinante para conectar con los/as jóvenes y alcanzar los resultados**.
6. **Aprovechar el activismo y energía que tienen los/as jóvenes** debe ser parte esencial para proyectos que se enfoquen en cambio de comportamiento e incidencia. Esto permite la integración a las actividades.

7. **Empoderar y dar protagonismo a los/as jóvenes en las comunidades permite que sean identificados como líderes y lideresas** dentro de sus comunidades, que se asuman como entes de influencia y que puedan continuar accionando.
8. En el marco del Proyecto **los/as jóvenes han logrado incluirse en espacios de participación política** debido a su identificación como líderes y lideresas. Es decir, que la efectividad de empoderarles les abre puertas para ejercer influencia en otros ámbitos de su vida comunitaria.
9. **Contar con los gobiernos locales y el apoyo de la comunidad fue determinante para lograr el alcance en todas las comunidades**, de lo contrario, no habría sido posible.
10. **La flexibilidad de desarrollar otras actividades en el marco de la ejecución del proyecto**, aunque no estaban contempladas, pero si podían generar impacto, **facilitó la gestión de recursos lograda por los/as jóvenes**. De lo contrario a partir de la creación de los núcleos, se hubiera complicado el manejo financiero.

## VIII. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

Ante lo expuesto anteriormente, y fruto del análisis realizado se presentan las siguientes recomendaciones que servirán de referencia para la toma de decisiones de cara a la continuidad o para replicar este tipo de intervenciones.

44

### Pertinencia

1. Considerar, la posibilidad de **aumentar el alcance del proyecto hasta otras comunidades.**
2. **Fortalecer los temas que conforman la oferta formativa**, para ampliarla e incluir proyecto de vida, autoestima, entre otros.
3. **Tomar en cuenta otro rango de edad** en el proyecto o que se aumenten las actividades destinadas a personas que están fuera del mismo debido a que durante el levantamiento se evidencio la necesidad de incluir a todas las personas de las comunidades ya que esta es una problemática generacional.
4. Incluir como un público clave para **formar en este tipo de tema a los principales líderes y lideresas comunitarios/as y religiosos/as.**

### Impacto

5. **Asignar a los núcleos de jóvenes metas** de cantidad de personas a las que tienen que multiplicar por comunidades.
6. **Continuar haciendo actividades masivas** como caminatas, intercambio deportivo entre las comunidades del Proyecto.

7. **Contemplar encuentros**, por ejemplo, charla, **con personas que hayan sido víctimas de violencia** que permita conocer cuál es su historia y cómo manejaron su situación.
8. Realizar talleres y charlas formativas de **sensibilización para las familias** cercanas a los/as jóvenes del proyecto ya que estos muchas veces encuentran resistencia en los hogares para participar de actividades o cuando hacen recomendaciones de cambios de imaginarios en sus propios hogares.
9. **Aplicar evaluaciones de los talleres** inmediatamente sean realizados, para evaluar puntos como el desenvolvimiento del/la facilitador/a, la metodología, el contenido, etc.
10. Dentro de lo posible, **contratar facilitadores jóvenes** para los talleres de formación, para que puedan conectar mejor con los participantes.
11. **Grabar las canciones** que se han compuesto en el marco del proyecto para hacer un CD, USB o un formato que permitan aprovecharlas y promoverlas.
12. Integrar **actividades específicas para integrar a hombres** como por ejemplo un concurso de cocina solo para los chicos, juegos de roles y encuentros con figuras del medio que estén sensibilizados con el tema de promoción a la igualdad de género.

### **Eficacia**

13. Que el proyecto en general **asuma la línea grafica de la campaña**.

14. **Diseñar y ejecutar un sistema de información digitalizado** que permita registrar la documentación de las actividades que se realizan tanto con los jóvenes de los comités como las actividades que son dirigidas a la comunidad.
15. Es importante **definir el proceso de cuantificación de los resultados** y las personas beneficiarias de proyecto. Es importante levantar registro de las personas que son sensibilizadas en actividades masivas, como charlas en iglesias, clubes deportivos, caminatas y encuentros en grupos pequeños. Ver tanto los logros intangibles como los tangibles. Solamente se tiene datos de los/as 27 jóvenes, pero no de cuantas personas se han capacitado en las comunidades por variable de sexo y edad.

#### **Valor agregado con el apoyo de OXFAM**

16. **Fortalecer el manejo de la difusión y la comunicación**, a través de apoyo, preparándoles en manejo de redes sociales, vocería, medios de comunicación y oratoria.
17. **Mayor involucramiento del equipo de comunicación de OXFAM** para dar apoyo a los/as jóvenes con la campaña.
18. **Aportar a la mejora de capacidades para el manejo de la sistematización**, base de datos, informes, registro de información, rendición de cuentas y presentación de logros a las comunidades.
19. **Reforzar el monitoreo y evaluación del proyecto** aprovechando las reuniones de monitoreo para recolección de evidencias y análisis de los resultados. Propiciando momentos para plasmar lecciones aprendidas, buenas prácticas y aprendizaje.

**OXFAM y CONAMUCA**

20. **Elaborar una base de datos** con los/as beneficiarios/as que incluya tanto a los/as jóvenes de los núcleos como a las personas de la comunidad.
21. **Realizar un campamento** de tres días con los/as jóvenes de los núcleos para aumentar su integración e identificación.
22. **Aumentar la visibilidad el proyecto** en la comunidad, a través de banners, productos de comunicación, POP como camisetas, gorras, mochilas, etc.
23. **Reproducir más materiales educativos** para la comunidad.
24. Que los/as jóvenes **participen de espacios radiales, televisivos de medios locales y nacionales** promocionando la campaña.

47

**Sostenibilidad**

25. **Realizar mesas redondas formativas** llevadas a cabo por los/as mismos/as enlaces.
26. **Hacer un programa de formación** que sea ofrecido por los/as mismos/as líderes/as en la comunidad.
27. **Aumentar las acciones para colocar la campaña a las redes sociales** y mantenerla actualizada.
28. **Continuar utilizando los espacios y recursos comunitarios** fortalece la instalación de capacidad en la comunidad garantizando la continuidad de los núcleos una vez concluido el proyecto.

## **IX. ANEXOS**

- 1.** Términos de referencia de la consultoría.
- 2.** Propuesta y plan de trabajo del equipo consultor seleccionado.
- 3.** Guías de los grupos focales:
  - 3.1. Guías Grupos Focales - Jóvenes Líderes.
  - 3.2. Guías Grupos Focales - Organizaciones comunitarias.
  - 3.3. Guías Grupos Focales - Líderes comunitarios
  - 3.4. Guías Grupos Focales - Equipo técnico del Proyecto
- 4.** Encuesta por Clúster.
- 5.** Matriz de análisis de información de grupos focales.
- 6.** Base de datos encuesta por clúster.