



Un Enfoque Participativo: Utilizando el Análisis de Mercado para Mejorar el Acceso a Los Servicios de Planificación Familiar



NOVIEMBRE 2011

Esta publicación fue elaborada para consideración de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Esta publicación fue elaborada por el USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 4.

Un Enfoque Participativo: Utilizando el Análisis de Mercado para Mejorar el Acceso a Los Servicios de Planificación Familiar

USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 4

La Orden de Trabajo 4 de USAID | PROYECTO DELIVER es financiada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional bajo el contrato número GPO-I-00-06-00007-00, número de pedido AID-OAA-TO-10-00064, a partir del 30 de septiembre de 2010. La Orden de Trabajo 4 es implementada por John Snow, Inc., en colaboración con Asociación Benéfica PRISMA; Cargo Management Logistics; Crown Agents USA, Inc.; Eastern and Southern African Management Institute; FHI 360; Futures Institute for Development, LLC; LLamasoft, Inc; The Manoff Group, Inc.; OPS MEND, LLC; PATH; PHD International (a division of the RTT Group); y VillageReach. El proyecto mejora las cadenas de abastecimiento de los productos e insumos esenciales de salud a través del fortalecimiento de los sistemas de información para la administración logística; el alineamiento de los sistemas de distribución; la identificación de recursos financieros para adquisiciones y para el funcionamiento de la cadena de abastecimiento; y el mejoramiento de los pronósticos y la planificación de adquisiciones. El proyecto también alienta a legisladores y donantes a apoyar la logística como factor crítico del éxito general de sus mandatos en el área de salud.

Cita Sugerida

Abramson Wendy, Anabella Sanchez, Nadia Olson, Nora Quesada. 2011. *Un Enfoque Participativo: Utilizando el Análisis de Mercado para Mejorar el Acceso a Los Servicios de Planificación Familiar*. Arlington, Va.: USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 4.

Resumen

Desde 2003, para trabajar por el logro de la Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (DAIA) en Latinoamérica y el Caribe (LAC), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) ha brindado su apoyo a estudios de “segmentación del mercado” o “análisis de mercado” en materia de planificación familiar, que se basan en el análisis de datos secundarios de Encuestas de Demografía o de Salud Reproductiva. Históricamente, aunque los Comités para la Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (DAIA) leían y analizaban estos estudios de análisis de mercado, no siempre los utilizaban para identificar estrategias concretas y actividades sobre “como” reducir las brechas en el acceso a los servicios de planificación familiar.

El Equipo de la Iniciativa Regional de Latinoamérica y el Caribe (LAC) ha desarrollado y piloteado una metodología de análisis de mercado para analizar las necesidades de los usuarios; utiliza una amplia variedad de actividades y un marco que combina la oferta y la demanda de planificación familiar y la coordinación. Este enfoque lleva al usuario a través de una serie de seis pasos para analizar, comprender mejor y utilizar datos del mercado de servicios de planificación familiar. Como resultado, la colaboración activa de personas clave a nivel local, particularmente en LAC, les permitió desarrollar un mejor conocimiento del mercado de planificación familiar, renovar su compromiso por mejorar la entrega de servicios y los llevó a elaborar estrategias más concretas y mejor coordinadas para reducir las brechas en el acceso a los servicios e insumos de planificación familiar.

Foto de cubierta: Tomada por el USAID | PROYECTO DELIVER en Agosto de 2010. Integrantes del Comité DAIA de Nicaragua están identificando puntos de entrega de servicios durante un ejercicio de mapeo.

Nota: La información en este documento puede ser utilizada siempre y cuando el USAID | PROYECTO DELIVER y este documento sean reconocidos y citados.

USAID | PROYECTO DELIVER

John Snow, Inc.

1616 Fort Myer Drive, 11th Floor

Arlington, VA 22209 USA

Phone: 703-528-7474

Fax: 703-528-7480

Email: askdeliver@jsi.com

Internet: www.deliver.jsi.com

Contenidos

Contenidos.....	iii
Siglas.....	v
Agradecimientos.....	vii
Resumen Ejecutivo.....	ix
Antecedentes.....	1
Propósito y Contenido de la Guía:.....	3
El público.....	3
El enfoque.....	3
El objetivo.....	3
El contenido.....	3
Cuándo utilizar este Enfoque.....	3
Enfoque de Análisis de Mercado Participativo.....	5
¿Qué es el análisis de mercado participativo?.....	5
¿Cuáles son los objetivos de un análisis de mercado participativo?.....	5
¿Cuáles son los pasos a seguir para realizar este análisis?.....	7
Conclusiones Finales.....	15
Bibliografía.....	17
Anexo A.....	19
Nicaragua: Análisis del Mercado de Anticonceptivos.....	19
Anexo B.....	25
Herramientas para Llevar a Cabo un Análisis de Mercado Participativo.....	25
Gráficos	
1. Marco Conceptual de la Oferta y la Demanda.....	6
2. Proceso para el Análisis de Mercado Participativo.....	7
3. Concentración de la Población Adolescente (15–19 años) en unión, 2006–2007.....	9

Siglas

CDC	Centros para el Control y Prevención de Enfermedades
DAIA	Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos
DHS	Encuesta de Demografía y Salud
DIU	Dispositivo Intra Uterino
LAC	Latinoamérica y el Caribe
MINSA	Ministerio de Salud
ONG	Organización No Gubernamental
PES	Puntos de Entrega de Servicios
RHS	Encuesta de Salud Reproductiva
SIG	Sistema de Información Geográfica
UNFPA	Fondo de Población de las Naciones Unidas
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

Agradecimientos

Queremos agradecer especialmente al Ministerio de Salud de Nicaragua, los y las integrantes y delegados/as del Comité de Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos de Nicaragua (DAIA) y al equipo del USAID | PROYECTO DELIVER en Nicaragua por haber permitido la validación de esta metodología en su país. También queremos reconocer a Paul Dowling y a Bernardo Uribe de John Snow Inc. por su valiosa revisión técnica. Además, hacemos llegar nuestro aprecio a Lindsay Stewart de la Oficina de Latinoamérica y el Caribe de USAID en Washington por apoyar financieramente la realización de esta actividad.

Resumen Ejecutivo

Desde 2003, en un esfuerzo por trabajar para lograr la Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (DAIA) en la región de Latinoamérica y el Caribe (LAC), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) ha brindado su apoyo a estudios de “segmentación del mercado” y “análisis de mercado” en materia de planificación familiar, que se basan en el análisis de datos secundarios de Encuestas de Demografía o de Salud Reproductiva. Históricamente, si bien los Comités DAIA leyeron y conocieron estos estudios de análisis de mercado, no siempre los utilizaron para identificar estrategias y actividades concretas sobre la forma de reducir las brechas en el acceso a los servicios de planificación familiar.

Como parte del USAID | PROYECTO DELIVER, el equipo que apoya la Iniciativa Regional para la DAIA en América Latina elaboró y validó una metodología más práctica que utiliza un proceso participativo de seis pasos para analizar el presente y futuro mercado nacional de planificación familiar y para identificar acciones concretas para mejorar el acceso a servicios e insumos de planificación familiar. Este enfoque combina el análisis de datos demográficos con los datos de la oferta de proveedores actuales y futuros, a fin de identificar y definir estrategias concretas que consideren las ventajas comparativas de cada proveedor de servicios de planificación familiar. Esta guía lleva al usuario a través de una serie de seis pasos para analizar, comprender mejor y aplicar los datos de análisis de mercado, tales como:

Paso 1. Analizar datos de las Encuestas de Demografía y Salud (DHS)

Paso 2. Diseminar y validar los resultados clave obtenidos del análisis teórico con las contrapartes interesadas

Paso 3. Analizar y ubicar geográficamente los datos de la oferta y la demanda

Paso 4. Generar consenso para determinar la prioridad de los problemas principales en la prestación de servicios de planificación familiar

Paso 5. Identificar el nicho de mercado por institución y organización

Paso 6. Elaborar nuevas estrategias y un plan de implementación.

Desde este enfoque, la colaboración activa de personas clave a nivel local, particularmente en LAC, le permitió al equipo desarrollar un mejor conocimiento del mercado de planificación familiar, renovar su compromiso por mejorar la entrega de servicios y los ayudó a elaborar estrategias más concretas y mejor coordinadas para reducir las brechas en el acceso a los servicios e insumos de planificación familiar.

Esta guía está dirigida a Ministerios de Salud, Comités DAIA, Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) prestadoras de servicios de planificación familiar y demás líderes del mercado de planificación familiar que quieran expandir la cobertura y el alcance de estos servicios.

Antecedentes

Desde 2003, en un esfuerzo por trabajar para lograr la Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (DAIA) en Latinoamérica y el Caribe (LAC), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) ha brindado su apoyo a estudios de “segmentación del mercado” y “análisis de mercado”¹ en materia de planificación familiar, que se basan en el análisis de datos secundarios de Encuestas de Demografía o de Salud Reproductiva. A fin de validar y disseminar estos hallazgos, USAID, a través de una serie de proyectos, ha brindado su apoyo a talleres nacionales de los Comités DAIA en toda la región LAC. Estos estudios de análisis de mercado en materia de planificación familiar se realizaron en ocho países con la asistencia técnica de diversos contratistas de USAID así como también de otros actores, entre ellos el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) del gobierno de los Estados Unidos. Históricamente, si bien los Comités DAIA leyeron y analizaron estos estudios de análisis de mercado, no siempre los utilizaron para identificar estrategias y actividades concretas sobre “la manera” de reducir las brechas en el acceso a los servicios de planificación familiar.

Últimamente, los trabajos en materia de análisis de mercado para la planificación familiar en la región culminaron en una serie de talleres nacionales y regionales respaldados por USAID, los cuales lograron mejorar la utilización de datos para avanzar en materia de la disponibilidad asegurada de insumos anticonceptivos. Los resultados de estos eventos, en combinación con el trabajo de análisis previamente disseminado en el país, permitieron elaborar los pasos descritos en la presente guía. Esta serie de eventos incluyó:

La Disponibilidad Asegurada de Insumos Anticonceptivos (DAIA) existe cuando los usuarios pueden elegir, obtener y utilizar anticonceptivos de calidad en el momento que los necesiten.

Honduras, Febrero 2010: Se organizó un taller de planificación estratégica a fin de incluir la participación de los proveedores de insumos anticonceptivos del sector comercial en el proceso de planificación de la disponibilidad asegurada.

Nicaragua, Mayo 2010: Se llevó a cabo una reunión regional latinoamericana con la participación de ocho países, donde se utilizaron análisis cortos del mercado de planificación familiar y estudios de casos de Nicaragua y El Salvador sobre el fortalecimiento de alianzas

¹ El término “segmentación de mercado” o “análisis de mercado” implica la existencia de un informe que presenta datos que divide a los usuarios de anticonceptivos actuales y potenciales en subgrupos, cada uno de los cuales tiene características sociales, económicas, demográficas y necesidades de planificación familiar específicas. Los subgrupos poblacionales se dividen principalmente en las siguientes categorías: grupos socio-económicos basados en la capacidad de las personas de pagar los servicios y su buena disposición para comprar anticonceptivos; nivel de educación, zonas geográficas; edad; uso real y preferido de métodos anticonceptivos y necesidad insatisfecha de servicios de planificación familiar.

interinstitucionales entre Ministerios de Salud e Instituciones de Seguridad Social que contribuyeron a prestar mejores servicios de planificación familiar, especialmente a los usuarios afiliados al sistema de Seguridad Social.

Nicaragua, Agosto 2010: Se realizó una reunión para analizar por primera vez datos de oferta y demanda utilizando un enfoque participativo para llevar a cabo un análisis de brechas en el mercado de la planificación familiar, con base en datos de análisis de mercado, información de los servicios de salud y de la oferta de servicios de planificación familiar y desarrollar planes de acción para resolver los retos encontrados.

Como parte del USAID | PROYECTO DELIVER, el equipo que gerencia la Iniciativa Regional para la DAIA en América Latina utilizó un proceso participativo para desarrollar y validar una metodología más práctica del análisis de mercado. Este enfoque combina el análisis de datos demográficos con los datos de la oferta de proveedores actuales y futuros, a fin de identificar y definir estrategias concretas basadas en las ventajas comparativas de cada proveedor de servicios de planificación familiar.

Las personas clave a nivel local han colaborado activamente para analizar y planificar estas actividades, aumentando así sus conocimientos del mercado de planificación familiar, reavivando su compromiso por mejorar la entrega de servicios y llevándolos a elaborar estrategias más concretas y mejor coordinadas para reducir las brechas en el acceso a los servicios e insumos de planificación familiar.

Propósito y Contenido de la Guía:

El público

La guía está dirigida a Ministerios de Salud, Comités DAIA, ONGs prestadoras de servicios de planificación familiar y demás líderes del mercado de planificación familiar que quieran expandir la cobertura y el alcance de estos servicios.

El enfoque

Lo que diferencia este enfoque de análisis anteriores es el uso y el análisis simultáneo de datos sobre la oferta y la demanda por parte de las personas clave y de los proveedores de servicios de planificación familiar. Este proceso participativo genera consenso entre las personas clave a nivel nacional. El enfoque permite la colaboración del personal y de los comités DAIA a través de alianzas público-privadas, fortaleciendo la entrega de servicios e involucrando a nuevos socios: universidades, grupos de abogacía y el sector comercial. Estas actividades revitalizarán al comité DAIA a nivel nacional.

El objetivo

El enfoque ofrece un mapa para un proceso participativo que analizará el mercado nacional de planificación familiar actual y futuro, e identificará acciones concretas para mejorar el acceso a los servicios e insumos de planificación familiar. Este enfoque fue desarrollado y puesto a prueba en América Latina y puede adaptarse y aplicarse en otros programas dentro del sector de la salud y en otras regiones del mundo.

El contenido

Esta guía ofrece un ejemplo de metodología para analizar un conjunto integral de datos sobre la oferta y la demanda de servicios de planificación familiar para la toma de decisiones informada, la planificación estratégica y el plan operativo que reduzcan las brechas en el acceso a los servicios de planificación familiar. Sin embargo, a pesar de su utilidad, la presente guía no incluye instrucciones sobre cómo llevar a cabo un análisis estadístico de datos demográficos y de salud secundarios.

Cuándo utilizar este Enfoque

Lo ideal es utilizar esta guía como punto de partida para la elaboración de un plan estratégico DAIA. Sin embargo, en los países donde la planificación estratégica se encuentra en una etapa más avanzada, utilice esta guía para ayudar a revitalizar el plan actual mediante la formulación de estrategias y acciones basadas en datos y así cerrar las brechas en el acceso a la planificación familiar.

Enfoque de Análisis de Mercado Participativo

La presente sección incluye una descripción general de los objetivos y una descripción del enfoque del análisis de mercado participativo.

¿Qué es el análisis de mercado participativo?

Esta metodología asegura que todos los participantes trabajen juntos para identificar, generar consenso y tomar medidas adecuadas que resuelvan las brechas y los problemas de duplicación en los servicios de planificación familiar. Naturalmente, será necesario pasar por una serie de fases cronológicas a medida que los países pasen de un análisis inicial teórico al trabajo real de campo.

Los diseñadores de políticas y directivos pueden utilizar esta herramienta y proceso para analizar de manera simultánea tanto la oferta como la demanda de servicios de planificación familiar y los ayuda a visualizar la composición del mercado de planificación familiar, los usuarios reales de anticonceptivos, los usuarios potenciales de anticonceptivos y los motivos por los cuales no utilizan servicios de planificación familiar.

¿Cuáles son los objetivos de un análisis de mercado participativo?

El análisis mostrará la manera de incorporar datos del mercado de planificación familiar a los procesos de planificación y toma de decisiones.

Identificar poblaciones vulnerables y elaborar estrategias y acciones que contribuyan a reducir la necesidad insatisfecha de planificación familiar y una mayor demanda futura entre poblaciones vulnerables.

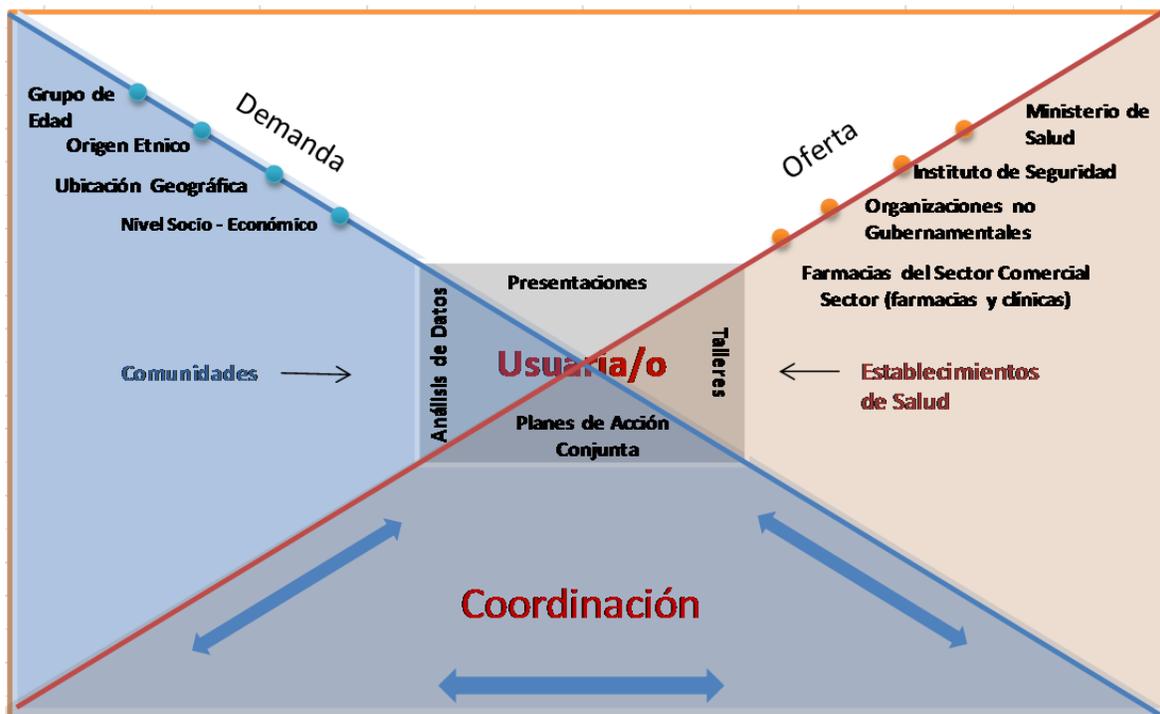
Identificar y determinar la prioridad de las brechas y las superposiciones en el acceso a los servicios y productos.

Identificar las ventajas comparativas y las fortalezas de todos los participantes que trabajan en planificación familiar, a fin de identificar oportunidades para atender a nuevos segmentos de la población.

Generar consenso a nivel nacional entre los sectores y los participantes involucrados en planificación familiar a fin de identificar asociaciones y colaborar en la reducción de las brechas en la provisión de servicios.

El gráfico 1 que aparece a continuación representa el marco conceptual donde se destaca la importancia de la convergencia de la oferta y la demanda para la planificación familiar. Este gráfico ilustra también la coordinación de varias actividades como la base que permite analizar las necesidades de los usuarios, tales como: el análisis de datos, presentaciones para diseminar los datos de la oferta y la demanda, talleres participativos para identificar enfoques innovadores que mejoren el acceso a servicios equitativos y planes conjuntos de trabajo.

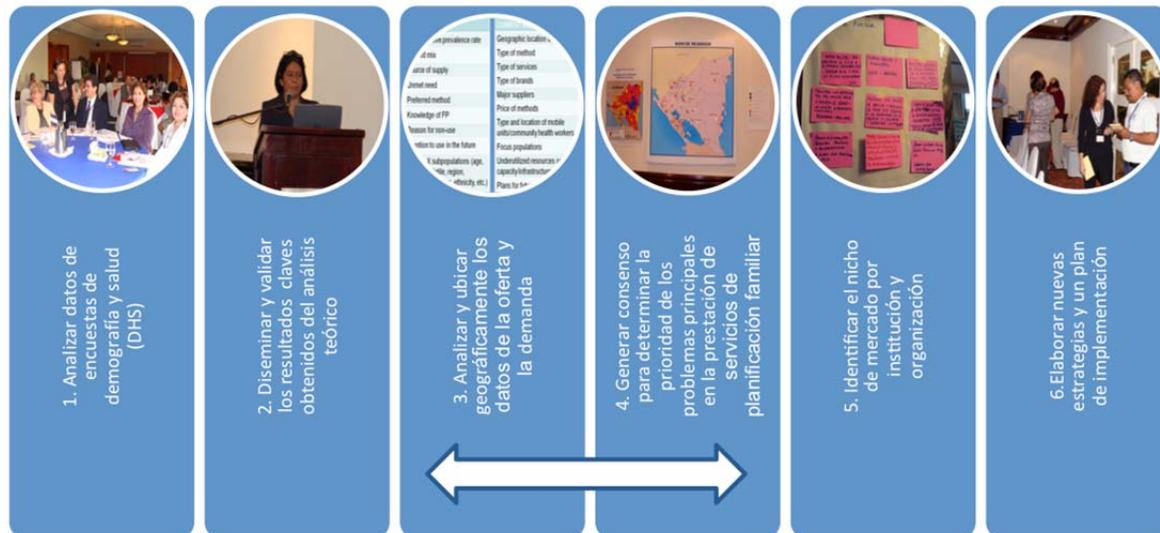
Figura 1. Marco Conceptual de la Oferta y la Demanda



¿Cuáles son los pasos a seguir para realizar este análisis?

La figura 2 ilustra el proceso:

Figura 2. Proceso para el Análisis de Mercado Participativo



Paso I – Analizar datos de encuestas de demografía y salud (DHS)

Podrá realizar un análisis teórico de todo el mercado de planificación familiar examinando diferentes variables, entre las que se incluyen: población, combinación de métodos, zona geográfica, quintil socio-económico, nivel educativo, edad, etc. (Ver anexo A en esta publicación como ejemplo ilustrativo de un análisis teórico realizado para Nicaragua.)

¿Cuáles son algunas de las encuestas, estudios e informes necesarios para un análisis de mercado?

Encuesta de Demografía y Salud <http://www.measuredhs.com/>

Encuesta de Salud Reproductiva <http://www.cdc.gov/reproductivehealth/global/surveys.htm>

Todo estudio sobre la demanda de planificación familiar, las preferencias y comportamientos de los usuarios

Todo análisis de mercado previo realizado por proveedores de servicios de planificación familiar en el país

Los estudios antes mencionados pueden ser considerados si ya se realizó un análisis de mercado estadístico de escritorio. Si no hay un análisis de escritorio disponible, el Ministerio de Salud, en su carácter de líder en el sector salud, podría identificar especialistas técnicos para que realicen el

análisis de escritorio en estrecha colaboración y participación con miembros seleccionados del Comité DAIA. Otros informes del país que podrían obtenerse y considerarse son:

Documentos oficiales: el Plan Nacional de Salud del Ministerio de Salud y el Plan Nacional de Salud Reproductiva.

Informes sobre intervenciones en materia de planificación familiar, incluidas las intervenciones de los proyectos financiados por donantes, las universidades y el ámbito académico.

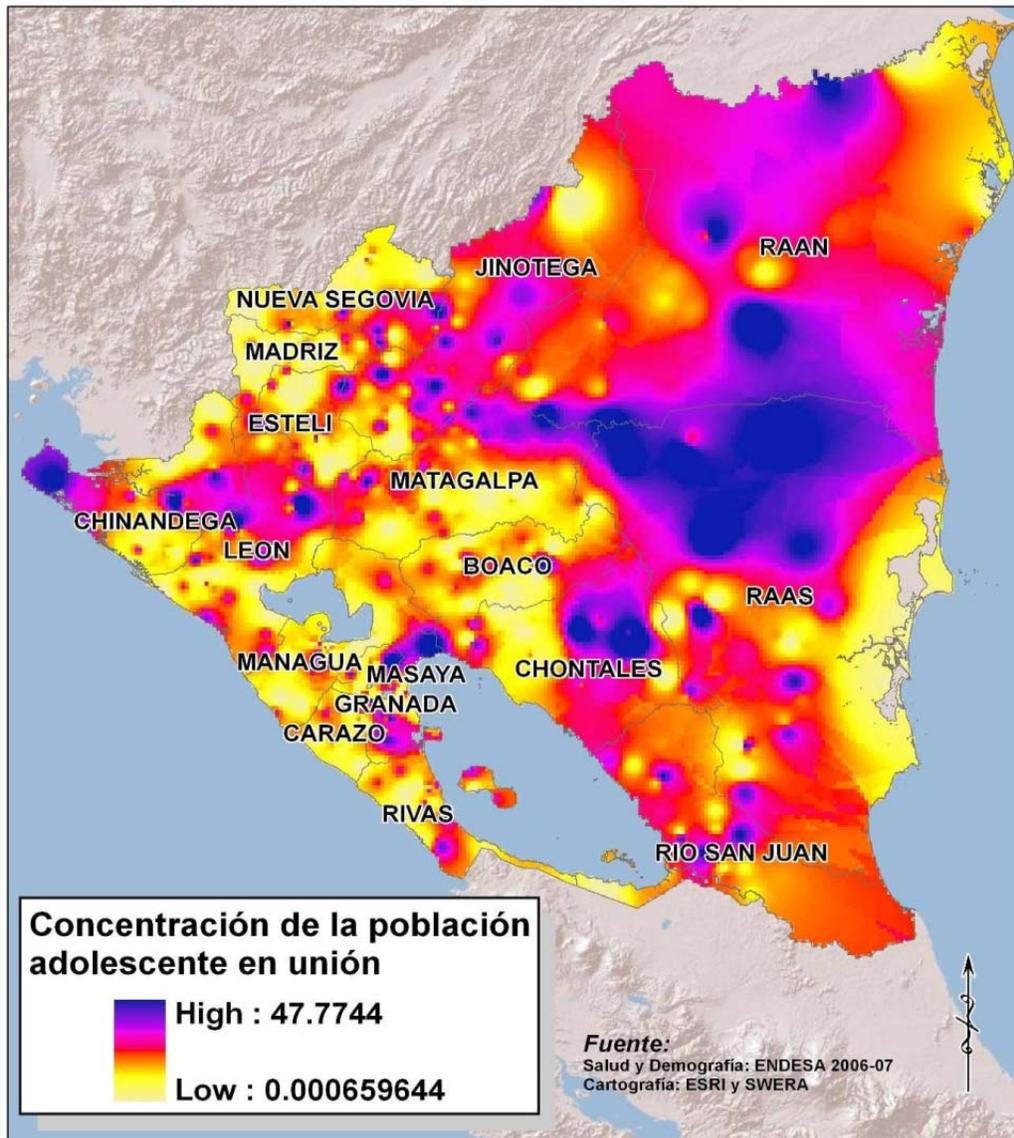
Todo Plan Nacional anterior de DAIA.

Mapas murales generados mediante el uso de software de Sistemas de Información Geográfica (SIG) con variables clave obtenidas de encuestas nacionales.

Estos materiales representarán gráficamente una serie de variables de planificación familiar incluyendo a la mortalidad materna, necesidad insatisfecha de servicios de planificación familiar, tasa de prevalencia anticonceptiva, combinación de métodos, ubicación geográfica de adolescentes y quintiles de riqueza socio-económicos.

Véase la figura 3 con uno de los mapas utilizados durante el taller de Nicaragua en Agosto 2010.

Figura 3. Concentración de la Población Adolescente (15–19 años) en unión, 2006–2007



Paso 2 – Diseminar y validar los resultados clave obtenidos del análisis teórico con las partes interesadas

Una de las primeras actividades del proceso es la de familiarizar a los participantes con los datos recabados y estudiados en el Paso 1. Estos datos deben estar presentados en forma clara en un formato consolidado e incluir algunos de los resultados más importantes del análisis de escritorio.

En esta presentación puede incluir modelos clave de mercado, en especial aquellas variables relacionadas con la población (edad y nivel de educación), mezcla de métodos, zona geográfica y quintil socio-económico. La mayor parte del análisis (incluidas las tablas y los gráficos) puede encontrarse en estudios de segmentación de mercado realizados por USAID | PROYECTO

DELIVER y otros socios de USAID. Visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/Tame 02 Nic- Segmentacion de mercado Final.ppt para ver o bajar un ejemplo de presentación utilizada en el taller que tuvo lugar en Nicaragua en Agosto de 2010.

Paso 3 – Analizar y ubicar geográficamente los datos de la oferta y la demanda

Los datos del lado de la oferta en materia de planificación familiar constituyen un elemento importante que permite analizar la disponibilidad de entrega de los servicios y la distribución de los establecimientos de salud. Con anterioridad al taller, cada organización puede preparar una presentación que describa en líneas generales su función y segmento principal o las poblaciones meta (por ejemplo, cobertura universal, grupos adolescentes o poblaciones indígenas). Cada organización debe tener previsto compartir la siguiente información:

Incluir datos sobre la oferta futura y planificada de los servicios

Debe incluir los siguientes datos:

Ubicación geográfica ya sea urbana, periurbana o rural; por departamento y por nivel de atención.

Tipo de establecimiento de salud y nivel de atención (por ejemplo, hospital o clínica con capacidad para realizar anticoncepción quirúrgica o inserción de DIU, o clínica de atención primaria que suministre solamente métodos anticonceptivos de corto plazo).

Tipo y ubicación de las unidades móviles o trabajadores comunitarios de la salud que brinden servicios de planificación familiar.

Población de enfoque por nivel socio-económico, edad y educación.

Capacidad y focalización en otros componentes de planificación familiar como por ejemplo: educación, Información, Educación y Comunicación (IEC), capacitación avanzada y cursos de actualización, abogacía, investigación.

Acciones de comunicación a través de todo tipo de medios como la radio, la televisión, los periódicos, los carteles publicitarios, entre otros.

Toda capacidad física, es decir infraestructura, o recurso sub-utilizado.

Planes de apertura de nuevos establecimientos de salud con servicios de planificación familiar.

En este paso, cada uno de los actores de planificación familiar participando en el análisis presentará sus datos sobre el alcance y entrega de los servicios actuales y futuros.

Visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/03a minsa oferta servicios pf.ppt para ver o bajar un ejemplo de plantilla de presentación en PowerPoint para proveedores de servicios de salud. Encontrará un ejemplo de agenda para ayudarle a planificar un taller de análisis de mercado participativo en http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx.

Realizar un ejercicio interactivo de mapeo geográfico sobre la provisión de servicios de planificación familiar

Antes de que comience la sesión plenaria interactiva, cuelgue grandes mapas murales sobre la pared (ver Paso 1).

¿Por qué es necesario realizar un ejercicio de mapeo de la oferta?

Un ejercicio de mapeo de la oferta le ayudará a

Visualizar los datos demográficos y de salud clave;

Comprender mejor las ubicaciones de los establecimientos de salud e unidades donde se realizan las actividades de abogacía;

Identificar brechas y duplicaciones en la oferta;

Visualizar los lugares donde pueden a ser necesario establecer servicios de planificación familiar en el futuro;

Ubicar a los proveedores de asistencia técnica ya sea a nivel nacional o en regiones meta.

Como este proceso involucra a muchas instituciones, es importante identificar si alguno de los participantes posee la capacidad y la tecnología informática necesarias para yuxtaponer electrónicamente estos datos con todos los participantes y con todas las áreas geográficas. Luego se

ubican en el mapa entre todos los actores y entre todas las zonas geográficas. Si esto es imposible, un ejercicio manual del mapeo de la oferta puede resultar igualmente útil.



El Comité DAIA de Nicaragua construye un mapa con datos de la cadena de suministro

Para lograr que este ejercicio sea lo más participativo posible, puede invitarse a los proveedores de servicios presentes en la sala a que pasen al frente y ubiquen en el mapa el lugar donde trabajan. Para este ejercicio, los facilitadores pueden utilizar un mapa grande y otros materiales del taller donde los participantes podrán ubicar sus establecimientos actuales y futuros (ya sea porque tienen previsto construir nuevos establecimientos o bien ampliar los existentes). Los demás proveedores que no suministren servicios también podrán participar identificando sus intervenciones de abogacía,

capacitación, investigación o de otro tipo y ubicarlas en el mapa. Visite

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx para ver o bajar un ejemplo de instrucciones para el facilitador sobre este ejercicio de mapeo.

Este ejercicio producirá un mapa, construido por cada participante y variable que visualiza los servicios de planificación familiar en todo el país. La siguiente fotografía muestra un mapa con datos de la cadena de suministro de Nicaragua, creado por el Comité DAIA de Nicaragua.

Paso 4 – Generar consenso para determinar la prioridad de los problemas principales en la prestación de servicios de planificación familiar

Generar consenso

Para evitar la duplicación de los servicios de planificación familiar y ofrecer los productos y servicios en forma más equitativa y eficiente, los participantes seguirán los pasos previos para generar consenso sobre criterios que identifican el nicho de mercado de cada participante. Pueden analizar la oferta en función de la misión y población meta de cada proveedor, su focalización geográfica, la combinación de productos o métodos (de corto o largo plazo y el tipo), la edad de la población y el nivel de educación.

Realizar un análisis multifacético y participativo de brechas y causas

A esta altura se puede realizar un análisis de brechas y causalidad a fin de identificar cómo está atendido el mercado de planificación familiar y para identificar las brechas en la provisión de servicios y la demanda insatisfecha. Asimismo, durante el análisis de brechas, pueden surgir ideas que permitan generar consenso sobre los posibles motivos detrás de cada brecha.

Entre los ejemplos de brechas se pueden mencionar:

Un desabastecimiento de métodos de planificación familiar a largo plazo en zonas pobres y de difícil acceso. La causa de esta brecha podría radicar en la falta de conocimiento de los métodos a largo plazo. De ser así, ¿por qué hay falta de conocimiento? ¿Es posible que las mujeres en estas comunidades estén acostumbradas a utilizar métodos de corto plazo, como las píldoras y las inyectables y entonces ésa sea su preferencia? Si éste es el caso, ¿por qué es así? La escasez de métodos a largo plazo que lleve a las mujeres de mayor edad en edad reproductiva a utilizar métodos temporarios de corto plazo.

Asimismo, el grupo puede discutir estrategias e intervenciones anteriores y su eficacia, compartir las lecciones aprendidas e identificar nuevas maneras de abordar las brechas. Visite

Generación de consenso: un ingrediente clave a lo largo de todo el proceso

A lo largo de estas fases, se va generando consenso entre todos los actores de planificación familiar a medida que se familiarizan con los diferentes tipos de datos y su uso y aprenden a trabajar juntos de manera creativa. Algunos países pueden atravesar estas diferentes fases en forma reiterada, moviéndose una y otra vez entre ellas a lo largo de varios años, otros países pueden avanzar con mayor rapidez en alguna de estas actividades y concentrarse en acciones operativas concretas.

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx para ver o bajar un ejemplo de instrucciones para participantes sobre como formar grupos y completar el análisis de brechas.

Determinar la prioridad de las brechas y los problemas

El próximo paso consiste en determinar la prioridad de cada problema identificado. El objetivo de este ejercicio es examinar las brechas y sus causas y armonizar las diversas listas de brechas y causas mediante el consenso grupal. Este ejercicio se basa en todos los pasos anteriores realizados en la presente reunión y sirve para seguir generando consenso entre los actores clave de planificación familiar.

Una vez que cada grupo haya determinado la prioridad de las brechas e identificado la causa, puede realizarse un ejercicio plenario para compartir las prioridades definidas por cada grupo y luego combinar estas listas para obtener una lista final de mutuo acuerdo. Visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx para ver o bajar un ejemplo de instrucciones para el facilitador sobre como priorizar brechas y causas.

Paso 5 – Identificar el nicho de mercado por institución y organización

Las partes interesadas del país pueden identificar las ventajas comparativas y las fortalezas de todos los actores que trabajan en planificación familiar, incluidos los participantes no tradicionales como las universidades y el sector comercial, a fin de reconocer oportunidades de acercamiento a nuevos segmentos de la población y aumentar potencialmente la eficiencia y la equidad en el futuro.

Los participantes pueden realizar un ejercicio para identificar, en primer lugar, los obstáculos tanto internos como externos a los que se enfrenta cada actor al momento de atender sus segmentos. En segundo lugar, los participantes pueden identificar las ventajas comparativas que ofrece cada organización o institución en el contexto del país.

Colaborar con actores no tradicionales y el sector comercial privado

En esta sesión se examinan las opciones de incluir otros actores que posiblemente no hayan participado en las acciones de planificación familiar lideradas por el Ministerio de Salud. Es importante durante la sesión comprender bien cómo operan dichos actores no tradicionales, incluso saber qué le da impulso a sus operaciones e incrementa los servicios.

Probablemente cada país quiera abordar el tema de los actores no tradicionales de manera diferente. Esta guía se concentra especialmente en el sector comercial privado en un intento por conocer aquello que motiva a los proveedores comerciales con fines de lucro y con qué

Como Identificar el Nicho de Mercado
¿Cuál es el nicho de mercado o la fortaleza de su institución u organización (por ej. supervisión, elaboración de políticas, financiamiento de bienes o servicios, adquisiciones, prestación directa de servicios, mercadeo social, introducción de nuevos métodos, abogacía, educación y comunicación u otros)?

pueden contribuir a fortalecer el mercado de planificación familiar. El sector comercial privado incluye farmacias, laboratorios, distribuidoras y clínicas, entre otros.

Una vez articulado claramente el nicho de mercado o la función de los diferentes actores en el sector comercial privado, pueden identificarse los pasos concretos a seguir para lograr una mayor colaboración con el Comité DAIA. Visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx para ver o bajar un ejemplo de instrucciones para el facilitador y para participantes sobre como discutir los roles del sector privado comercial.

Paso 6 – Elaborar nuevas estrategias y un plan de implementación

Elaborar nuevas estrategias

La esencia de este ejercicio radica en elaborar una lista de acciones interinstitucionales que les permitan a los proveedores de servicios de planificación familiar trabajar como equipo nacional para aumentar el acceso a este tipo de servicios. Recién en este paso pueden elaborarse nuevas estrategias en base a las ventajas comparativas y fortalezas de cada proveedor de servicios. Visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx para ver o bajar un ejemplo de guía sobre cómo identificar estrategias para complementar el plan DAIA; vaya a http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/SeguAntiPlanEstra.xls para ver un marco estratégico en Excel; y visite http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/PropEstrAcci.ppt para ver una plantilla en PowerPoint que le ayudará a resumir y presentar el plan DAIA.

Elaborar planes de acción

Se identifican las intervenciones subsecuentes y las acciones concretas para mejorar el acceso a bienes y servicios de planificación familiar. Una vez que se llega a un acuerdo sobre estas nuevas estrategias e intervenciones, se puede idear una estrategia consolidada y un plan de puesta en práctica a nivel nacional. Todas las estrategias y las actividades se deben trabajar en apoyo de las políticas y planes del Ministerio de Salud y sirven para avanzar hacia el logro de la DAIA en el país.

Conclusiones Finales

La presente guía ofrece una serie de herramientas que las partes interesadas y los Comités DAIA pueden utilizar y aplicar para analizar, conocer mejor y aplicar los datos de análisis de mercado. Asimismo, la guía tiene por finalidad servir como uno de los medios para lograr la disponibilidad asegurada de insumos anticonceptivos. Ver anexo B para la lista completa de herramientas electrónicas que pueden ser descargadas y adaptadas al contexto local.

En resumen, la metodología descrita en esta guía incluye:

Un plan de acción altamente participativo para analizar simultáneamente datos de la oferta y la demanda (datos reales de los proveedores de servicios junto con datos de la demanda obtenidos de Encuestas de Demografía y Salud (DHS) y Encuestas de Salud Reproductiva (RHS);

Técnicas para identificar poblaciones vulnerables y elaborar estrategias que contribuyan a reducir la necesidad insatisfecha de planificación familiar y atender la demanda creciente;

Ejercicios para identificar las ventajas comparativas y las fortalezas de los principales actores que trabajan en el ámbito de planificación familiar y conocer mejor el mercado total;

Herramientas para generar consenso a nivel nacional entre los sectores y los actores involucrados en planificación familiar a fin de cerrar las brechas en la prestación de los servicios;

Métodos para incorporar los planes de los diferentes proveedores de servicios a los procesos de toma de decisiones en materia de salud reproductiva y planificación familiar.

Algunas de las lecciones más importantes aprendidas en los últimos ocho años en materia de análisis de mercado se presentan a continuación:

La generación de consenso y un enfoque participativo de planificación producirán estrategias y soluciones prácticas y concretas que lograrán aumentar el acceso equitativo a los servicios de planificación familiar.

El liderazgo y la voluntad política de un gobierno nacional resultan imprescindibles para una visión sólida, clara e integral a fin de fortalecer un enfoque de mercado total que involucre una variedad de proveedores públicos y privados de planificación familiar, proveedores de bienes, líderes políticos, investigadores y proveedores de asistencia técnica en materia de planificación familiar. Es fundamental mantener este liderazgo aun cuando haya algún cambio de gobierno o ministro.

Todos los actores dentro del sector deben tomar medidas coordinadas para expandir la cobertura.

Un análisis de mercado basado en un conjunto integral de datos sobre la oferta y la demanda les aportará a los planificadores la información necesaria para una eficaz planificación

estratégica y de acciones.

Un análisis de mercado total y participativo que tenga como meta a quienes aún no reciban suficiente atención puede generar consenso en cuanto a las brechas y prioridades. Asimismo, le genera al país pertenencia y dominio sobre sus propios datos, fortalece las asociaciones y alianzas interinstitucionales y favorece el uso más eficiente de los recursos escasos disponibles en el país.

Es importante el concepto de nicho de mercado para poder aprovechar las fortalezas de todos los proveedores de servicios tanto del sector público como del sector privado.

Bibliografía

Comité DAIA de Nicaragua: *Plan DAIA Nicaragua 2009-2011*. Versión Borrador, Junio 2010

Olson, Nadia. Presentación de la Reunión Técnica Regional “Mejorando la Disponibilidad de Insumos Anticonceptivos en el Sector Público, Mediante Alianzas Inter-Institucionales”. *Análisis del Mercado de Anticonceptivos en Latinoamérica. Una herramienta para crear alianzas y mejorar la disponibilidad de Insumos*. Managua, Nicaragua. Mayo 2010.

USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 1 Olson, Nadia. 2010. *Planilla de Análisis de Mercado y Resumen Técnico para Nicaragua*. Arlington, VA.

USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 1. 2008. *Análisis del Mercado de Anticonceptivos en Honduras*. Arlington, VA.

USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 1. 2009. *Reporte: Análisis del Mercado de Anticonceptivos en Nicaragua*. Arlington, VA.

USAID | PROYECTO DELIVER, Orden de Trabajo 1. 2010. *Estudio de Caso: Nicaragua, Una Alianza Modelo entre El Instituto Nicaragüense de Seguridad Social y El Ministerio de Salud*. Arlington, VA.

Anexo A

Nicaragua: Análisis del Mercado de Anticonceptivos

I. Uso de Anticonceptivos y Necesidad Insatisfecha de PF: 2006-07 (mujeres en unión)

	TPA: Métodos Modernos	Necesidad Insatisfecha de PF
Quintil de riqueza		
Q1	63.7	13.3
Q2	68.4	12.0
Q3	72.6	11.1
Q4	72.5	8.9
Q5	73.1	7.3
Area Geográfica		
Urbana	71.3	10.5
Rural	68.0	10.9
Edad		
15-19	59.7	16.7
20-24	68.3	12.3
25-29	70.8	10.3
30-34	74.5	10.5
35-39	76.2	7.2
40-44	73.8	9.6
45-49	58.8	8.5
Educación		
Sin educación	64.8	12.6
Primaria 1-3	69.6	11.9
Primaria 4-6	69.4	11.0
Secundaria	71.1	10.2
Superior	74.4	7.0
Métodos mod.	69.8	N/A
Métodos trad.	2.7	N/A
TOTAL	72.4	10.7

2. Fuente de Obtención de Anticonceptivos por Métodos, Quintil y Área Geográfica (mujeres en unión)

	Sector Público (MS)	Empresa Medica Previsional	Sector Comunitario	Clínica/Hospital/Médico Privado	PROFAMILIA	Farmacia/Mercado	Otras ONG	Otra fuente/No Sabe
METODOS								
Ester.femenina	69.5	6.1	0.0	6.7	12.3	0.0	4.3	1.0
Vasectomía	No disponible							
Píldora	57.5	2.7	1.0	1.7	0.2	33.6	1.4	2.1
DIU	69.2	6.3	0.0	10.9	3.0	0.0	9.5	1.1
Inyección	79.4	1.5	1.5	1.4	0.7	13.1	1.4	1.0
Condón	29.6	1.2	0.2	0.4	0.2	67.0	0.0	1.5
Otro	31.1	0.5	0.0	12.9	14.2	0.8	3.3	28.4
QUINTIL								
Q1	83.2	0.2	2.4	0.6	2.7	5.0	1.5	4.4
Q2	80.2	1.2	0.7	1.0	4.5	8.3	2.1	2.0
Q3	71.1	3.5	0.1	2.3	5.2	14.4	2.6	0.9
Q4	59.3	5.8	0.0	4.3	4.8	20.6	3.7	1.6
Q5	41.0	8.3	0.0	12.2	7.0	26.0	4.6	1.0
AREA GEOGRAFICA								
Urbana	58.3	5.7	0.1	5.8	5.4	20.2	3.4	1.1
Rural	79.0	0.9	1.4	1.6	4.3	7.5	2.0	3.2

Sector Público

- Hospital Público
- Policlínica
- Centro de Salud
- Puesto de Salud

Sector Comunitario

- Casa Base
- Agente Comunitario

Sector Privado

Clínica/Hospital/Médico Privado:

- Clínica/Hospital Privado
- Consultorio/Médico Privado

PROFAMILIA:

- Clínica de PROFAMILIA
- Promotora de PROFAMILIA

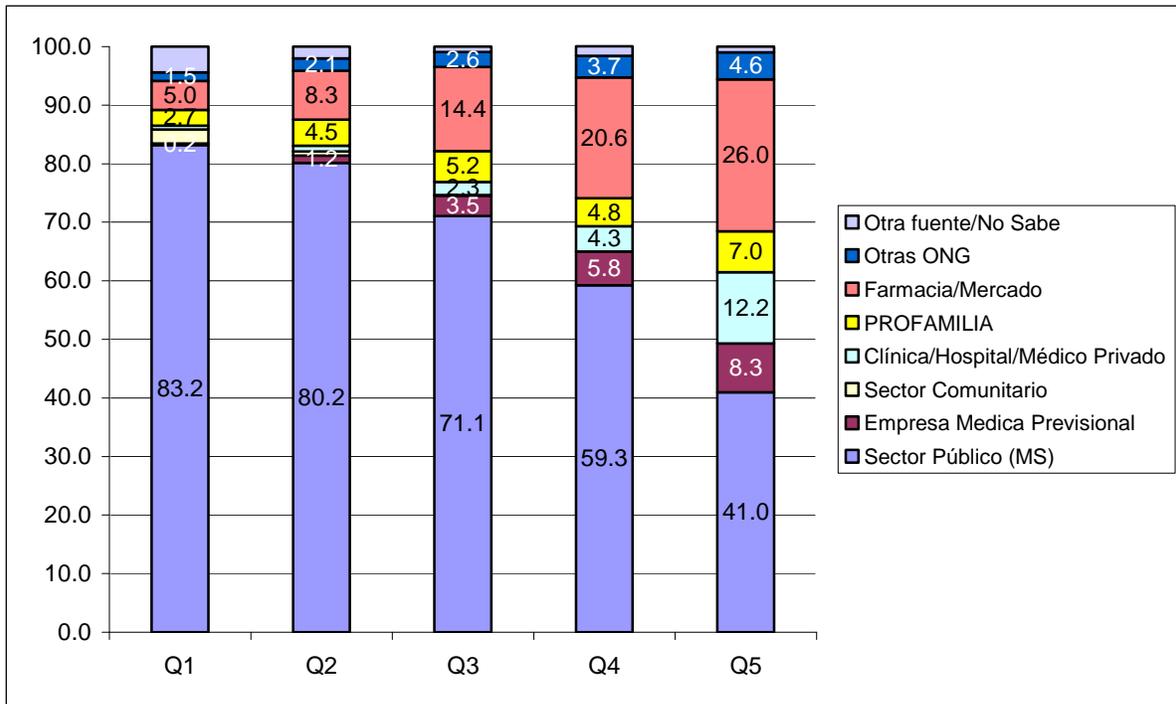
Otras ONG:

- Clínica de IXCHEN
- Clínica de SI MUJER
- Otras Promotoras

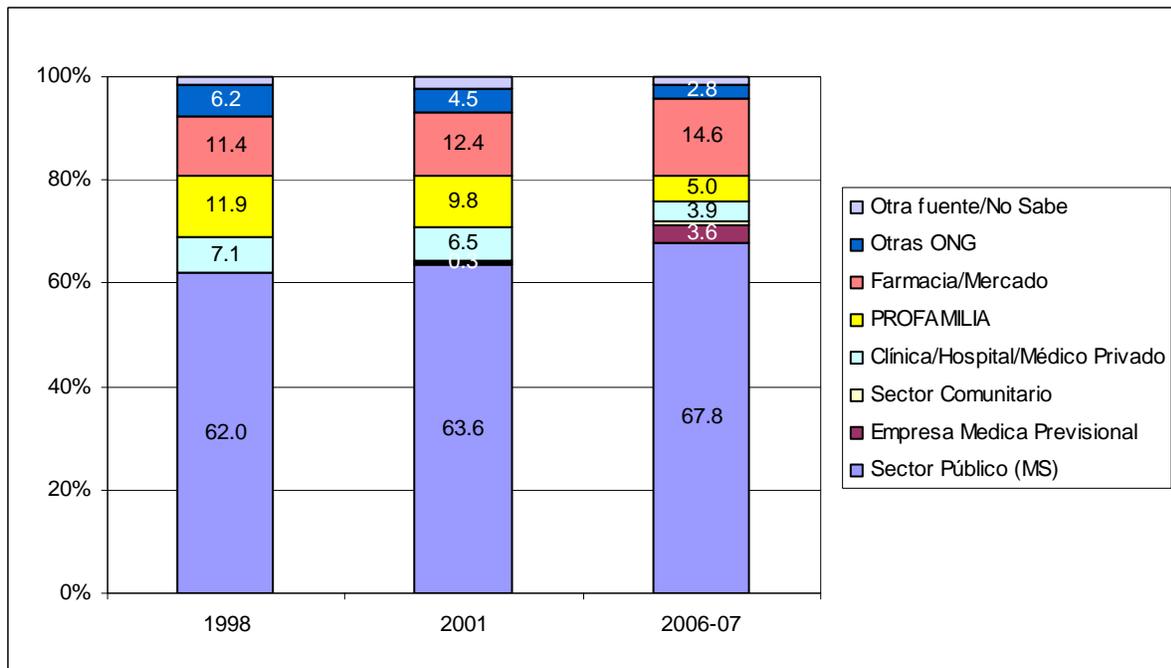
Empresa Medica Previsional

Farmacia/Mercado

3. Fuente de Obtención de Anticonceptivos por Quintil: 2006-07



4. Fuente de Obtención de Anticonceptivos: 1998-2006/07

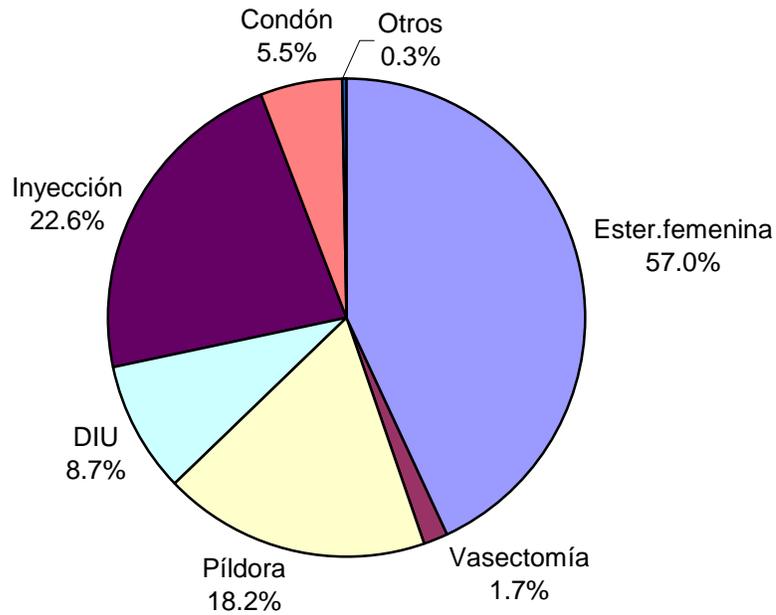


Nota: El sector Comunitario y la Empresa Médica Previsional no aparecen en la ENDESA de 1998

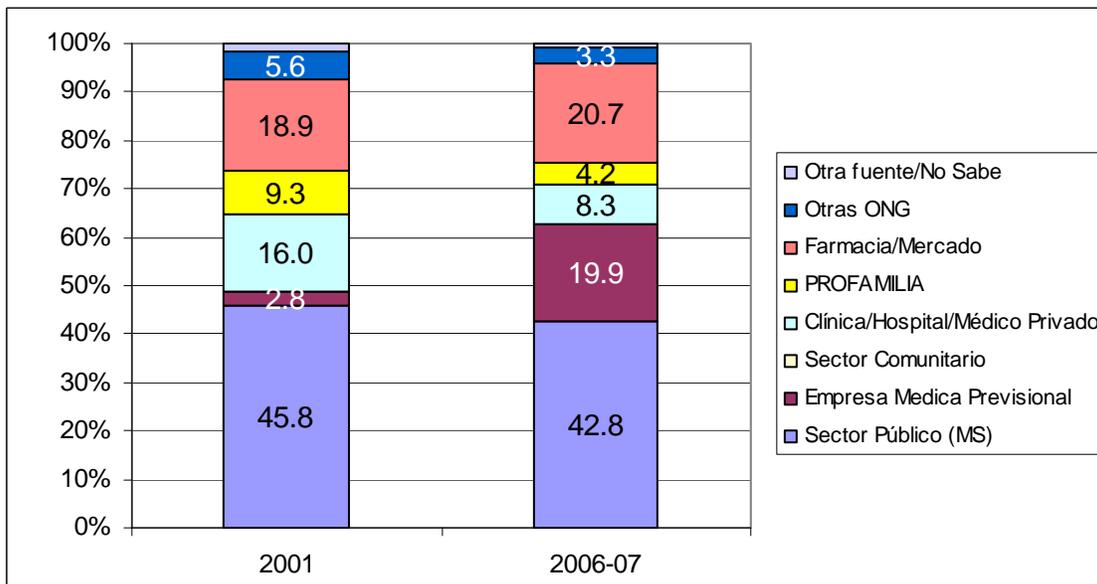
5. Razón para no Usar Anticonceptivos: 2006-07 (Mujeres en unión)

	Relaciona da con embarazo fertilidad	Otras razones	Embarazada	Post parto/amamantamiento	Menopausica/subfecunda/operada	Desea embarazo	Sin vida sexual	Razones de salud	Miedo a efectos colaterales/ tuvo efectos	Accesibilidad geografica/economica	No conoce metodos	El companero se opone	No le gusta	Razones religiosas	Otra
Quintil de Bienestar															
Q1	67.2	32.8	26.9	8.5	21.5	7.3	2.9	1.9	12.7	1.8	1.2	2.3	5.7	1.8	5.0
Q2	71.7	28.3	29.4	4.2	24.5	9.5	4.1	2.9	10.8	1.0	1.5	0.8	2.2	1.0	6.3
Q3	74.3	25.7	32.7	4.4	18.7	12.9	5.6	4.5	8.5	0.8	0.7	0.5	3.5	0.3	6.8
Q4	78.8	21.2	26.3	4.4	24.6	15.8	7.8	5.4	7.3	1.2	0.0	0.0	2.2	0.5	4.4
Q5	77.4	22.6	22.4	6.4	22.7	16.8	9.1	5.4	5.1	0.0	1.0	0.5	2.0	0.9	7.2
Area de Residencia															
Urbana	75.0	25.0	27.9	5.2	21.9	12.5	7.5	4.7	7.9	0.7	0.6	0.5	2.6	0.6	6.9
Rural	71.0	29.0	27.7	6.4	22.8	10.8	3.3	2.7	11.0	1.5	1.3	1.4	4.2	1.4	4.8
Edad															
15-19	77.1	22.9	52.2	9.3	2.5	10.7	2.4	2.6	5.9	1.1	4.2	0.7	2.8	0.2	4.5
20-24	79.2	20.8	40.8	9.7	4.8	15.8	8.3	1.8	6.9	1.6	0.1	1.6	2.5	0.7	5.4
25-29	70.5	29.5	33.7	6.3	7.4	17.6	5.5	4.1	14.0	0.9	0.9	1.7	2.6	0.7	4.5
30-34	66.5	33.5	27.2	6.5	11.9	15.5	5.3	4.5	14.4	2.2	0.3	1.1	2.4	1.7	6.0
35-39	68.0	32.0	17.3	2.9	31.3	11.2	5.3	6.7	12.1	1.4	0.0	0.0	4.6	1.0	5.8
40-44	66.7	33.3	5.4	1.3	50.6	3.7	5.8	3.3	10.2	0.3	0.7	1.0	6.6	3.2	7.9
45-49	77.8	22.2	0.6	0.6	71.8	0.9	3.7	4.2	3.6	0.0	0.2	0.0	4.3	0.2	7.8
Nivel de Educación															
Sin educación	65.9	34.1	19.5	5.1	34.2	5.0	2.1	2.6	11.7	2.3	0.9	2.8	5.7	1.9	5.6
Primaria 1-3	69.0	31.0	24.7	5.6	27.6	7.0	4.1	3.2	9.4	2.5	0.9	1.3	3.3	1.4	7.7
Primaria 4-6	74.8	25.2	28.3	6.1	21.2	12.5	6.7	3.2	10.3	0.8	1.4	0.6	2.8	0.7	5.0
Secundaria	75.3	24.7	35.1	6.3	13.9	14.4	5.6	5.3	9.3	0.1	0.9	0.0	2.3	0.7	5.7
Superior	82.3	17.7	27.1	5.5	17.2	22.6	9.8	3.5	2.9	0.0	0.0	0.7	3.8	0.4	5.6

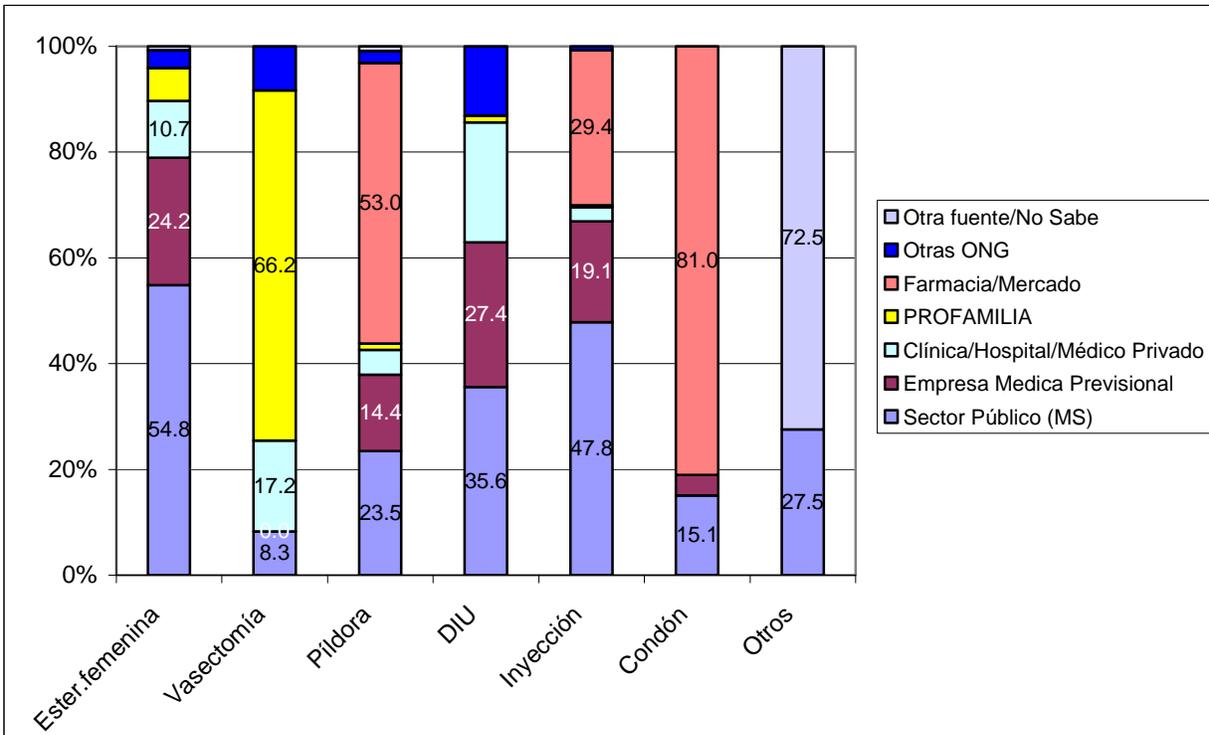
6. Mezcla de Métodos de Usuarios Beneficiarios de las Empresas Médicas Previsionales: 2006-07



7. Distribución de Usuarios Beneficiarios de las Empresas Médicas Previsionales por Fuente de Abastecimiento: 2001 y 2006-07



8. Distribución de Usuarios Beneficiarios de de las Empresas Médicas Previsionales por Método y Fuente de Abastecimiento: 2006-07



Anexo B

Herramientas para Llevar a Cabo un Análisis de Mercado Participativo

A excepción de las encuestas de salud, estas herramientas están disponibles en la página web de USAID | PROYECTO DELIVER. Haga clic sobre los enlaces a continuación para descargar las herramientas y adaptarlas a sus necesidades.

Paso 1. Analizar datos de encuestas de demografía y salud (DHS).

Encuesta de Demografía y Salud

<http://www.measuredhs.com/>

Encuesta de Salud Reproductiva

<http://www.cdc.gov/reproductivehealth/global/surveys.htm>

Paso 2. Diseminar y validar los resultados clave obtenidos del análisis teórico con las partes interesadas.

Ejemplo de presentación del taller de agosto 2010 en Nicaragua

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/Tame 03 Nic- Segmentacion de mercado final.ppt

Paso 3. Analizar y ubicar geográficamente los datos de la oferta y la demanda

Plantilla de presentación en PowerPoint para proveedores de servicios de salud _____

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/03a minsa oferta servicios pf.ppt

Ejemplo de agenda para ayudarle a planificar un taller de análisis de mercado participativo

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Ejemplo de instrucciones para el facilitador sobre este ejercicio de mapeo _____

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Paso 4. Generar consenso para determinar la prioridad de los problemas principales en la prestación de servicios de planificación familiar.

Ejemplo de instrucciones para participantes sobre como formar grupos y completar el análisis de brechas

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Ejemplo de instrucciones para el facilitador sobre como priorizar brechas y causas

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Paso 5 - Identificar el nicho de mercado por institución y organización.

Ejemplo de instrucciones para el facilitador y para participantes sobre como discutir los roles del sector privado comercial

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Paso 6 - Elaborar nuevas estrategias y un plan de implementación.

Ejemplo de guía sobre cómo identificar estrategias para complementar el plan DAIA

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/PlanReunTecnMerc.docx

Ejemplo de marco estratégico en Excel

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/guidelines/SeguAntiPlanEstra.xls

Plantilla de presentación en PowerPoint para resumir y presentar el plan DAIA

http://deliver.jsi.com/dlvr_content/resources/allpubs/presentations/PropEstrAcci.ppt

Para más información, visite deliver.jsi.com.

USAID | PROYECTO DELIVER

John Snow, Inc.

1616 Fort Myer Drive, 11th Floor

Arlington, VA 22209 USA

Teléfono: 703-528-7474

Fax: 703-528-7480

Email: askdeliver@jsi.com

Internet: deliver.jsi.com