



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA

Programa de  
**Monitoreo y Evaluación**

Circuito de Retroalimentación sobre los resultados  
del Estudio de Audiencias de Comunicación para el  
Desarrollo de USAID en Guatemala

# **INFORME DE SISTEMATIZACIÓN**

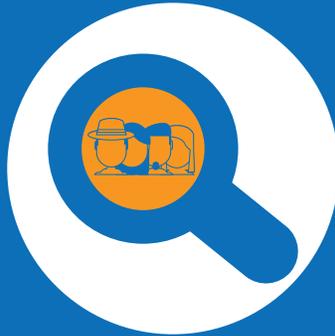


**Agosto, 2017**

Esta publicación fue producida para revisión de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés). Fue realizada bajo el Programa de Monitoreo y Evaluación (MEP), ejecutado por DevTech Systems, Inc. bajo el contrato número AID-520-C-13-00001.



# PROGRAMA DE MONITOREO Y EVALUACIÓN



Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala

## ***INFORME DE SISTEMATIZACIÓN***

Sometido a la consideración de:  
Ángel López, Contracting Officer's Representative  
USAID/Guatemala

Presentado por:  
DevTech Systems, Inc.  
Contrato AID-520-C-13-00001

### ***RECONOCIMIENTOS:***

La actividad técnica que reporta este documento estuvo bajo la responsabilidad de AGA & Asociados (Grupo Aguilera, S.A. de C.V.).

La elaboración del documento fue realizada por Vilma Sandoval, bajo la supervisión de Atilio García y la asistencia de Fernanda Morales. Diagramación de Juan Daniel Ríos. Todas las fotografías fueron tomadas por el equipo de AGA.

### ***DESCARGO DE RESPONSABILIDADES:***

La realización de este documento fue posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América, proporcionado a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) bajo el contrato AID-520-C-13-00001. El contenido aquí expresado es responsabilidad exclusiva de DevTech Systems, Inc., y el mismo no necesariamente refleja las opiniones de la USAID o del Gobierno de los Estados Unidos de América.



# CONTENIDO

Siglas y acrónimos	1
Introducción	2
I. Antecedentes	3
II. Enfoque metodológico de la experiencia	7
A. Planificación de la experiencia	9
1. Utilización del Estudio de Audiencias.	10
2. Conceptualización del proceso para la socialización del Estudio de Audiencias	10
3. Selección de audiencias y logística para la devolución de resultados	11
4. Formulación del taller de capacitación	12
5. Documentación de la experiencia	12
B. Desarrollo de la experiencia	13
1. Socialización de los resultados del Estudio de Audiencias	13
a. Participación de las audiencias	14
b. Fomento del diálogo	16
c. Comunicación institucional	19
2. Incorporación del enfoque CLA en la planificación de USAID	21
a. Fortalecimiento de capacidades	24
b. Generación de herramientas	24
C. Factores de éxito	25
1. Actitud de escucha y compromiso institucional	25
2. Integración de un equipo multidisciplinario	26
3. Coordinación y relacionamiento local	26
4. Desarrollo de un discurso base	26
5. Sensibilizar en el uso estratégico de la comunicación	26
D. Lecciones aprendidas	27
III. Recomendaciones	29
Fuentes de consulta	33

## ACRÓNIMOS

<b>ADL</b>	Actores de desarrollo nacional
<b>ADN</b>	Actores de desarrollo local
<b>CLA</b>	Collaboration, Learning and Adaptation (Colaboración, Aprendizaje y Adaptación)
<b>CDCS</b>	Country Development Cooperation Strategy (Estrategia país de cooperación para el desarrollo)
<b>EDAM</b>	Escuchar, dialogar, aprender y mejorar
<b>MEP</b>	Monitoring and Evaluation Program (Programa de Monitoreo y Evaluación)
<b>USAID</b>	United States Agency for International Development (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional)

# INTRODUCCIÓN

Este documento es el informe final y de sistematización de la consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”, la cual se realizó de junio a agosto de 2017 en municipios de los departamentos de Huehuetenango, Quetzaltenango, Totonicapán, Quiché, Alta Verapaz y Baja Verapaz.

Esta consultoría fue un ejercicio piloto de USAID/Guatemala con el propósito general de desarrollar y fortalecer el circuito de retroalimentación entre su personal técnico, los socios implementadores y sus audiencias, para así dar inicio a un proceso de institucionalización del enfoque Colaboración, Aprendizaje y Adaptación (CLA, por sus siglas en inglés) en la gestión de sus programas y proyectos de cooperación para el desarrollo.

Este informe documenta y sistematiza los procesos realizados durante la implementación de la consultoría para propiciar reflexión, análisis y aprendizajes con potencial de aplicación en futuras acciones similares. El contenido de este documento se ha organizado en tres capítulos.

El primer capítulo resume y hace una breve descripción de la consultoría e incluye antecedentes y resultados obtenidos de la implementación de la misma.

El segundo capítulo contiene la sistematización, que es la parte medular del informe, en donde se describe el enfoque metodológico y se documentan de forma analítica los procesos de planificación y desarrollo de la experiencia en lo concerniente a sus dos resultados fundamentales: a) socialización de los resultados del estudio de audiencia de comunicación para el desarrollo de USAID, y b) la institucionalización del enfoque CLA en el ciclo de planificación de USAID. Además, en este capítulo se registran los factores de éxito y lecciones aprendidas identificados en la misma.

Finalmente, en el tercer capítulo se plantean conclusiones y recomendaciones a ser tomadas en cuenta en la implementación futura de procesos similares.



## ● ANTECEDENTES

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés) trabaja permanentemente en mejorar la efectividad de sus programas de cooperación para el desarrollo. La Estrategia País de Cooperación para el Desarrollo (CDCS, por sus siglas en inglés) es uno de esos esfuerzos y considera la opinión de los diferentes actores involucrados que en términos de comunicación se identifican como audiencias. En ese mismo orden, USAID está fortaleciendo actividades de Colaboración, Aprendizaje y Adaptación (CLA, por sus siglas en inglés), como un enfoque que ayuda a su personal técnico a mejorar los procesos de desarrollo en los programas.

Para brindar retroalimentación a la estrategia de comunicación de la CDCS, durante marzo

y septiembre de 2016, USAID desarrolló un Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo, que combinó herramientas de investigación cuantitativa (encuestas) y cualitativa (focus group) con el fin de conocer la percepción de sus diferentes audiencias clave acerca de la concepción de desarrollo, usos y preferencias de medios/formas de comunicación, así como del trabajo que como agencia realiza en Guatemala. Dicho estudio se realizó con una muestra de 837 personas, en 18 municipios de 8 departamentos del país donde USAID implementa sus programas.

Durante el trabajo de campo del Estudio de Audiencias, en los municipios donde se realizaron focus group las personas que participaron y compartieron información para el estudio manifestaron su interés por conocer los resultados

del mismo. Indicaron que frecuentemente les solicitan información, pero nunca saben qué hacen con ella. Además, expresaron que deseaban establecer un canal de comunicación directo con USAID.

Al evaluar las inquietudes de sus audiencias, USAID solicitó al MEP la consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los Resultados del Estudio de Audiencia de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”, a la cual corresponde este informe de sistematización y que en el capítulo siguiente llamaremos “experiencia”.

El periodo de esta consultoría fue de junio a septiembre de 2017 y se desarrolló en dos procesos concretos: uno de socialización y otro de formación. A continuación se brinda el detalle.

- **SOCIALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE AUDIENCIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE USAID EN GUATEMALA A LAS AUDIENCIAS CLAVES PARTICIPANTES DEL MISMO.**

La socialización de resultados del Estudio de Audiencias se concretó en una gira de campo denominada “Gira Comunicamóvil”, la cual se realizó del 11 al 19 de julio del 2017. Esta gira se realizó en seis municipios de Guatemala a través de sesiones presenciales de devolución de resultados del Estudio de Audiencias y de una campaña de comunicación digital de acompañamiento.

Para esta gira se utilizó un vehículo rotulado y equipado con altoparlantes, que se llamó “Comunicamóvil”, el cual fue un elemento visual importante que integró todo el proceso de socialización y fue el ícono de promoción del mismo.

Las sesiones de socialización de resultados estuvieron dirigidas a participantes directos e indirectos de los programas y proyectos de cooperación para el desarrollo de USAID y

actores de desarrollo local. En las sesiones se contó con la participación de personal de USAID, quienes interactuaron con los participantes al final de las mismas. Aunado a esto, se implementó una metodología participativa para promover el diálogo de los asistentes, que incluyó el uso de los idiomas locales, adecuación de materiales divulgativos y elementos lúdicos para propiciar una mayor comprensión y confianza.

Se realizaron seis sesiones de socialización que alcanzaron a 211 personas (25% de la muestra del Estudio) provenientes de seis departamentos donde se realizó la fase cualitativa del Estudio de Audiencias: Huehuetenango, Quetzaltenango, Totonicapán, Quiché, Alta Verapaz y Baja Verapaz. De estas 211 personas, el 58% fueron participantes directos de los proyectos de USAID, un 28% fueron actores de desarrollo local y un 13% participantes indirectos de los proyectos de USAID.



Paralelamente, se implementó una campaña de comunicación digital que utilizó principalmente las redes sociales para generar espacios de diálogo sobre los resultados del estudio de audiencias y difusión en tiempo real de las sesiones presenciales de la “Gira Comunicamóvil”.



## GIRA COMUNICAMOVIL

Puntualmente, esta campaña se dividió en tres momentos: antes (expectación), para anunciar la gira, dar a conocer fechas e invitar a seguirla en las redes sociales; durante (acompañamiento), con publicaciones multimedia de los resultados del estudio de audiencia, transmisiones en directo de las sesiones de devolución, utilizando Facebook live, y cierre o posterior a la gira, que comprendió la difusión de entrevistas de actores participantes y resúmenes audiovisuales de la experiencia por cada semana.

Además, se gestionó con medios de comunicación locales para que brindaran cobertura a las sesiones presenciales de retroalimentación y promovieran las mismas. De hecho, en las sesiones presenciales realizadas en los diferentes municipios se contó con la participación de representantes de medios locales (particularmente de radios y canales de cable).

- **INSTITUCIONALIZACIÓN DEL ENFOQUE COLABORACIÓN, APRENDIZAJE Y ADAPTACIÓN (CLA) EN LA PLANIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS/PROYECTOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO DE USAID.**

El propósito de las acciones de institucionalización fue fortalecer las capacidades del equipo técnico de USAID en la aplicación del enfoque CLA y el uso de los datos de comunicación en los procesos de planificación. Para ello, se desarrolló un taller para oficiales de programas y gerentes de proyectos de cooperación para el desarrollo de USAID. Este taller se brindó a tres grupos diferentes de funcionarios.

El taller tuvo tres objetivos: sensibilizar sobre la importancia de la comunicación en los procesos de desarrollo y los diversos enfoques de comunicación; fortalecer las competencias en el uso y aplicación de data de comunicación, y facilitar el análisis de procesos de planificación donde pueda aplicarse la comunicación, las recomendaciones del Estudio de Audiencias y el enfoque CLA.

Para alcanzar los objetivos del taller, se crearon herramientas que permitieran identificar oportunidades para la aplicación de este enfoque en las fases del ciclo de proyecto de USAID, considerando no crear nuevos procesos ni instrumentos sino incorporar el enfoque en los ya existentes.

Puntualmente, se crearon dos herramientas: “Tabla de Análisis de procesos para las recomendaciones del Estudio de Audiencias y el Ciclo de Proyecto de USAID” que identifica cómo se pueden abordar en cada etapa de proyectos de USAID y sus instrumentos los principales resultados del Estudio de Audiencias; y la “Guía para uso de base de datos” que explica cómo encontrar los datos del Estudio de Audiencias, cómo están organizados, cómo acceder a ellos y obtener cruces de información.

Cada uno de los procesos descritos cuenta con informes detallados de su implementación y resultados obtenidos. Dichos informes son:

Informe de Gira de Socialización de Resultados del Estudio de Audiencias



Informe de gestión de medios, métrica en redes sociales y resultados de la estrategia digital



Informe del taller de capacitación





## SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Desde los Términos de Referencia para la “Creación de un Circuito de retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala” se consideró de suma importancia desarrollar un proceso de sistematización que garantizara su adecuado conocimiento y divulgación de sus aprendizajes, en beneficio de otras iniciativas de similar naturaleza.

Con tal propósito, se definieron cuatro ejes de sistematización:



**La promoción de la participación de las audiencias:** procesos y actividades utilizadas para convocar/invitar a las audiencias a las sesiones grupales de socialización de la “Gira Comunicamóvil”.



**El fomento del diálogo/acercamiento con audiencias:** metodologías y técnicas utilizadas durante la “Gira Comunicamóvil” para establecer un intercambio de ideas entre las audiencias y USAID.



**La comunicación institucional de USAID:** acciones ejecutadas para transmitir la apertura al diálogo de USAID y dar a conocer el enfoque de comunicación que implementa en el trabajo que realiza para promover el desarrollo en el país.



**La formación con fines de institucionalización:** procesos y metodologías utilizadas para que el equipo de USAID se apropiara de la importancia de la comunicación en la gestión de la cooperación del desarrollo y aplique en sus programas/proyectos las recomendaciones del Estudio de Audiencia y el enfoque CLA.

Esta sistematización es el resultado de un trabajo colaborativo y de consulta con los principales involucrados en los diferentes procesos: equipo implementador de la socialización, funcionarios de USAID/Guatemala, equipo facilitador de talleres, etc. Además, se hizo una observación directa en cada una de las actividades, tanto de planificación como de implementación, a fin de obtener hallazgos o elementos de análisis posteriores. Sumado a ello, el equipo sistematizador hizo una revisión de los informes previos.



# A. PLANIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los Resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala” tuvo dos objetivos fundamentales:

## OBJETIVO 1

Socializar los resultados del estudio de audiencias con los participantes del mismo, específicamente: participantes directos/ indirectos de los programas/ proyectos de cooperación para el desarrollo de USAID y los actores de desarrollo local.

## OBJETIVO 2

Incorporar en la planificación de USAID el enfoque CLA, a través del fortalecimiento de capacidades del equipo técnico en el uso de la comunicación en la gestión del desarrollo, así como en la generación de herramientas para identificar aplicaciones prácticas de este enfoque en el ciclo de proyectos de USAID.

A continuación, se detalla el proceso de planificación que se realizó para implementar estos dos objetivos.

## 1. Utilización del Estudio de Audiencias

Para planificar la implementación de la experiencia fue clave utilizar la información del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala. Esto se realizó desde dos perspectivas: la primera, para conocer las preferencias y usos de medios/formas de comunicación, características positivas/favorables en los mensajes de comunicación, así como preferencias de lenguajes y códigos de comunicación de las audiencias. Tal información fue útil para diseñar los procesos de retroalimentación con estas audiencias. Se identificó que dichos procesos debían orientarse a generar espacios de diálogo y participación con la población, utilizar los medios interpersonales, grupales y redes sociales, así como la importancia de usar un lenguaje gráfico y audiovisual complementado con palabras sencillas, cotidianas y de fácil comprensión.



Programa de  
Monitoreo y Evaluación

## 2. Conceptualización del proceso para la socialización del Estudio de Audiencias

El proceso de socialización de los resultados del Estudio de Audiencia recibió la identidad de “Gira Comunicamóvil”, la cual integró espacios de diálogo y participación en los ámbitos de la comunicación grupal y digital a través de sesiones presenciales de devolución de resultados. Fueron reuniones con participantes directos/indirectos y actores locales de desarrollo que fueron fuentes de información para la elaboración del Estudio de Audiencias. En estas reuniones se incluyó presentaciones interactivas con diapositivas gráficas en power point y videos testimoniales

que resumían tanto los objetivos como los resultados del Estudio de Audiencia y un espacio de diálogo de los mismos.

Así mismo, se creó la identidad visual de la “Gira Comunicamóvil”, la cual incluyó la elaboración de un logotipo y elementos gráficos directamente relacionados con el Estudio de Audiencias.

Los conceptos base de la “Gira Comunicamóvil” se articularon posteriormente en mensajes y herramientas de comunicación para integrar ideas fuerza, lenguaje y elementos tanto gráficos como audiovisuales. Los conceptos base fueron:

- “La comunicación empieza escuchando”. Es decir, trabajar en desarrollo requiere abrirse primero a escuchar.

- USAID desea establecer un canal de comunicación con sus audiencias que le permita conocer y aprender de las experiencias y expectativas de estas para el diseño de proyectos de desarrollo.
- El estudio de audiencias inició un proceso de escucha para mejorar la manera en que USAID trabaja para mejorar la vida de las personas.
- La “Gira Comunicamóvil” es una respuesta a las demandas de las personas entrevistadas de conocer los resultados del Estudio de Audiencia y establecer una forma de comunicación más directa con USAID.
- La “Gira Comunicamóvil” es una nueva fase de escucha, porque además de presentar los resultados, USAID está de nuevo abierta a escuchar las reacciones de sus audiencias y así continuar un círculo virtuoso de escucha, aprendizaje y mejora.

### **3. Selección de audiencias y logística para la devolución de resultados**

Las personas que participaron en la fase cualitativa del Estudio de Audiencias manifestaron su interés por conocer los resultados del mismo y establecer un canal de comunicación directo con USAID. En respuesta a esta demanda, la “Gira Comunicamóvil” se enfocó en devolverles, en tanto fue posible, los resultados del estudio a estas mismas audiencias.

Específicamente, para las reuniones de devolución de resultados de la “Gira Comunicamóvil” se seleccionaron y convocaron personas que cumplieran con el criterio de ser audiencias de USAID en el ámbito local y que brindaron información para el Estudio en seis de los municipios donde se realizó la fase cualitativa del mismo: Jacaltenango, Huehuetenango; San Juan

Ostuncalco, Quetzaltenango; Momostenango, Totonicapán; San Juan Cotzal, Quiché; Chisec, Alta Verapaz; y Purulha, Baja Verapaz.

Con la definición de los lugares y audiencias donde se realizaría presencialmente la devolución de resultados se gestionaron los permisos necesarios para que el “Comunicamóvil” pudiera circular en los municipios haciendo su labor de promoción y difusión sin ningún inconveniente. Así mismo, se identificaron y seleccionaron salones adecuados en los municipios para realizar las sesiones de devolución de resultados.

En el caso de los Actores del Desarrollo Nacional (ADN) se estableció enviarles una copia impresa del Estudio de Audiencia de Comunicación para el Desarrollo, mediante correo directo. A los participantes de la diáspora se definió enviarles a sus correos electrónicos el link donde pueden consultar el documento en línea. De ese modo se planeó completar el ciclo de retroalimentación con las audiencias.



**“La comunicación inicia escuchando al otro”**

Adaptado de “Otra comunicación para otro desarrollo”,  
Gularte, Ozaeta & Diaz, 2008

#### **4. Formulación del taller de capacitación**

De forma conjunta con USAID, para el taller de capacitación se discutieron las necesidades de formación del equipo técnico de USAID con respecto a la comunicación y el uso de estudios. Esto permitió definir perfiles de los instructores y el tipo de herramientas a utilizar. Así se determinó clave contar con una persona conocedora de la elaboración del Estudio de Audiencias y una persona experta en procedimientos de planificación de USAID.

Así mismo, se trabajó conjuntamente con USAID la herramienta denominada carta didáctica, mediante la cual se plantearon los objetivos y metodología para el taller.



#### **5. Documentación de la experiencia**

Desde el inicio de la experiencia se tuvo presente las acciones de comunicación y de sistematización de todo el proceso, por lo que se planificaron actividades de documentación, como entrevistas en video, fotografías y compilación de testimoniales audiovisuales.

Para la sistematización se documentaron los procesos orientados a generar acercamiento/diálogo entre USAID y sus audiencias mediante la socialización de los resultados del Estudio de Audiencias, así como la incorporación de recomendaciones del mismo en la planificación de USAID ocurrida en los talleres de capacitación. Con esto se previó registrar aprendizajes y la transferencia metodológica para la réplica de la experiencia.



## B. DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA

A continuación, se describen los procesos y actividades que se implementaron para alcanzar los dos objetivos planteados en la experiencia “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”.

### *1. Socialización de los resultados del Estudio de Audiencias*

La socialización de los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo fue un proceso de diálogo para retroalimentar y escuchar nuevamente a las audiencias de USAID que participaron en el mismo mediante metodologías y técnicas de comunicación participativa de manera presencial y en redes sociales.

Desde esta perspectiva, las audiencias de USAID investigadas en el Estudio también se constituyeron en audiencias para el proceso de socialización, siendo estas: participantes directos e indirectos de proyectos de cooperación para el desarrollo de USAID; Actores de desarrollo local (ADL), es decir, líderes comunitarios, representantes de organizaciones no gubernamentales, autoridades municipales y periodistas locales; Actores de desarrollo nacional (ADN), que integran a miembros de la sociedad civil, funcionarios de gobierno, periodistas; y Diáspora en los Estados Unidos, tanto académica como laboral.

El desarrollo de la socialización de los resultados del Estudio de Audiencias se implementó a través de los siguientes ejes de trabajo:



### PARTICIPACIÓN DE LAS AUDIENCIAS

Estrategias implementadas para convocar/invitar a las audiencias a las sesiones presenciales de socialización.



### FOMENTO DEL DIÁLOGO

Durante la socialización para establecer un acercamiento e intercambio de ideas entre las audiencias y USAID.



### COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Estrategias ejecutadas para transmitir la apertura al diálogo de USAID y dar a conocer el enfoque de comunicación que implementa en el trabajo que realiza para promover el desarrollo en el país.

#### *a. Participación de las audiencias*

Uno de los aspectos fundamentales para realizar la socialización de los resultados del Estudio fue lograr la participación de las audiencias en la “Gira Comunicamóvil”. Para ello, se implementaron estrategias para convocar/invitar a los participantes directos/indirectos y actores de desarrollo local a las seis sesiones de devolución de resultados. Estas fueron:

- **Coordinación con socios implementadores en los territorios**  
Se trabajó en la coordinación y relacionamiento con los socios implementadores de USAID que colaboraron en la fase de campo del Estudio de Audiencias, a fin de solicitarles su presencia y acompañamiento en este proceso de retroalimentación. Esta coordinación tuvo como objetivo obtener apoyo local para la convocatoria a las sesiones de devolución de resultados con los participantes directos de USAID que fueron informantes en el Estudio. Específicamente, este apoyo consistió en la designación de un técnico local por cada uno de los seis municipios, quienes conocían y trabajaban en el territorio. Con estos técnicos locales se revisaron los registros de beneficiarios directos que participaron en los grupos focales de la fase cualitativa del Estudio de Audiencias y se contactaron a los mismos para invitarlos a participar en las sesiones de presentación de resultados.
- **Visitas previas a los municipios**  
Previo al desarrollo de la “Gira Comunicamóvil”, un miembro del equipo de implementación visitó los seis municipios. En estas visitas se coordinaron reuniones con cada uno de los Actores Locales para el

Desarrollo (ADL) que fueron entrevistados en el Estudio de Audiencias. Durante estas reuniones, se explicó a estos ADL los objetivos del proceso de socialización y se les invitó a asistir a las sesiones de devolución de resultados. Esta invitación fue extensiva a otros miembros de las organizaciones sociales a las que representaban estos ADL.

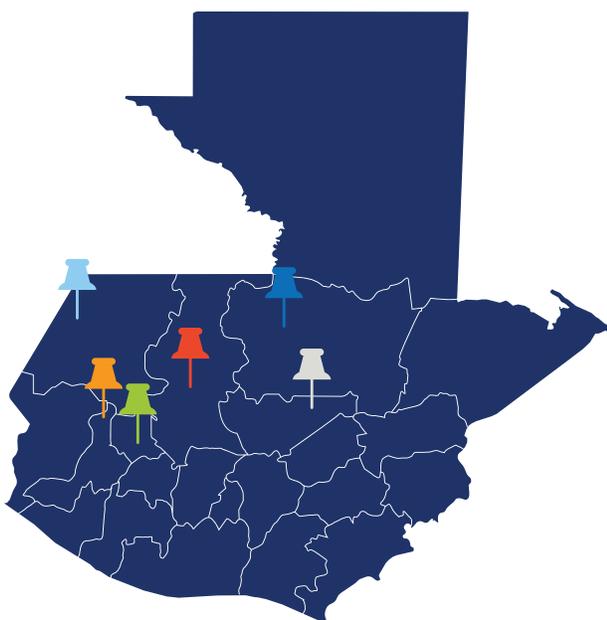
En estas visitas también se realizaron reuniones con medios de comunicación locales para informarles sobre las sesiones de devolución de resultados y entregarles invitaciones de la actividad para que las entregaran a su público/audiencia. Esto se realizó con el objetivo de promover la asistencia de participantes indirectos de los programas de USAID. Así mismo, se les solicitó que brindaran cobertura mediática de la actividad.



- **Actividades lúdicas: Cuentacuentos**

Previo a las sesiones grupales de devolución de resultados, un cuentacuentos realizó un recorrido en el vehículo “Comunicamóvil” por la cabecera del municipio, invitando a la población a participar en la actividad. En la plaza central, se detenía para pregonar la actividad e interactuar con las personas que transitaban en el lugar, a quienes compartía información relativa al Estudio de Audiencias y la socialización. El Cuentacuentos también visitó algunas oficinas de instituciones locales a quienes informó de la actividad e invitó a participar.

El uso de cuentacuentos en los procesos de convocatoria de las sesiones grupales de devolución de resultados activó la atención y participación de las audiencias respecto a temas vinculados al desarrollo en general, y específicamente sobre los abordados en el Estudio de Audiencias. También, contribuyó a mantener entretenidos a los hijos pequeños de los participantes de las sesiones, específicamente para que sus mamás pudieran estar enfocadas en la reunión.



- 📌 Huehuetenango
- 📌 Alta Verapaz
- 📌 Quiché
- 📌 Baja Verapaz
- 📌 Totonicapán
- 📌 Quetzaltenango



## b. Fomento del diálogo

Fomentar el diálogo entre las audiencias y USAID fue un área de trabajo central para la implementación de la experiencia. Específicamente, se realizaron estrategias para generar un acercamiento entre las mismas y establecer canales de comunicación para el intercambio de ideas y retroalimentación tanto del Estudio de Audiencias como de la “Gira Comunicamóvil”. Estas estrategias fueron:

- **Participación directa del personal de USAID**

La participación de personal de USAID en las sesiones de devolución de resultados de la “Gira Comunicamóvil” fue clave para establecer el diálogo y fortalecer la actitud de escucha de la institución. Esta participación se concretó en dos momentos claves:

*Video del Director y Subdirectora de USAID.* Producción audiovisual a través de la cual el Director y Subdirector de USAID agradecían a las audiencias su participación en las sesiones grupales de socialización. Este video

se proyectó después de las palabras de bienvenida del personal de USAID que participó en la sesión de socialización. La transmisión de este video fortaleció el compromiso de USAID como institución para escuchar a sus audiencias, evidenciando respaldo en los niveles directivos y con el personal de campo que participó en la gira de socialización.



*Espacios para la interacción en los eventos.* Al finalizar la presentación de resultados en cada sesión de devolución de resultados se abrió un espacio para que el personal de USAID escuchara los comentarios, preguntas y sugerencias de las audiencias, y pudieran concluir el evento respondiendo a las mismas. Esta interacción ejemplificó el compromiso institucional de establecer un canal de comunicación permanente con sus audiencias. Las personas que participaron se mostraban muy satisfechas con la oportunidad de diálogo.



- **Campaña de comunicación digital en redes sociales**

La “Gira Comunicamóvil” fue acompañada de una campaña de comunicación digital en redes sociales (Facebook y Twitter) que se orientó a generar diálogo y discusión sobre proceso de socialización y los resultados del Estudio de Audiencias. Esta campaña de comunicación digital en redes sociales se organizó en las siguientes fases:

*Expectativa.* Incluyó publicaciones mediadas en gifs y/o animaciones de los resultados del Estudio de Audiencias, enfocadas en generar interés y diálogo sobre los mismos. Esta información se

¿Qué es  
**DESARROLLO?**  
¿Qué es  
**POBREZA?**

#GiraComunicamóvil  
#USAIDcomunica

**USAID Guatemala**  
Publicado por Doc Guatemala [?] · 15 de julio a las 19:10 ·

Mira el resumen de la #GiraComunicamóvil de esta semana y conoce qué piensan los #SociosenDesarrollo #USAIDcomunica

Watch the summary of the #GiraComunicamóvil and learn what Guatemalans think about the #AudienceResearch

**GIRA COMUNICAMOVIL**  
GUATEMALA

29.302 personas alcanzadas [Ver resultados](#)



organizó por temáticas/unidades del estudio, tales como concepción de desarrollo, áreas de desarrollo priorizadas, medios de comunicación utilizados, entre otros. Además, con antelación se anunciaba los municipios que se iban a visitar para realizar sesiones presenciales para devolver los resultados. Con este anuncio se aprovechó para invitar a la población a participar en las mismas de forma presencial o a través de las transmisiones en vivo que se realizaron.

*Acompañamiento.* Esta etapa se realizó durante y después de la “Gira de Comunicamóvil” mediante tres acciones concretas. La primera se centró en la publicación constante del desarrollo de las sesiones de devolución de resultados, mediante imágenes y participación de las audiencias. La segunda acción fue la transmisión en vivo, a través de Facebook Live, de toda la sesión de devolución de resultados para que las audiencias de otros territorios pudieran observar y participar virtualmente en la misma. La última actividad consistió en la publicación de entrevistas de las audiencias que participaron en la sesión de socialización. En estas entrevistas audiovisuales las personas participantes compartieron su experiencia y expectativas respecto al estudio.

*Cierre.* Se prepararon y compartieron videos que resumían el desarrollo de las sesiones de socialización de cada municipio, correspondientes a cada semana de gira y al proceso completo. Estos resúmenes se realizaron a través de gifs, animaciones, video notas y video testimoniales del proceso de devolución de resultados. La implementación de la campaña de comunicación digital en redes permitió que USAID se acercara a una mayor cantidad de personas, sin limitaciones geográficas. Además, propició un acercamiento de sus audiencias con el uso de tecnologías de la comunicación y permitió aprovechar el entorno digital para espacios tanto de participación como de acompañamiento de las mismas al proceso de socialización en diversos territorios.

- **Uso del idioma local**

Las sesiones de devolución de resultados se

realizaron también en el idioma local de la población. Para ello, se contó con traductores para que las audiencias recibieran la información y expresaran sus opiniones durante la plenaria en su propio idioma. Las entrevistas realizadas a las audiencias sobre su experiencia y opinión respecto a la actividad para ser publicadas en redes sociales también fueron grabadas en los idiomas locales.

Contar con traductores durante el proceso de devolución permitió una mejor comunicación entre USAID y sus audiencias, una mejor comprensión de los resultados del estudio, así como una mayor y más cómoda participación de las audiencias.

## #GiraComunicamóvil

hoy en

PURULHA



Transmisión en  
idioma  
Q'eqchi'

Sigue el evento en Facebook Live



- **Apertura al diálogo**

Al final de las sesiones de devolución de resultados, el personal de USAID dialogaba con los participantes, medios locales y grupos organizados que exponían solicitudes o inquietudes puntuales. Esta apertura al diálogo brindó la oportunidad de un contacto directo con las audiencias y reforzó la actitud de escucha de USAID. La confianza y apertura de las audiencias para comunicar sus ideas no hubiera sido posible, o al menos no de igual forma, si los hubiera atendido un intermediario en este proceso de comunicación.



### *C. Comunicación institucional*

La comunicación institucional comprendió acciones para transmitir la apertura al diálogo de USAID, así como dar a conocer el enfoque de comunicación que implementa en el trabajo que realiza para promover el desarrollo en el país. Estas fueron:

- **Integración de un “discurso” base**  
Los mensajes claves de la “Gira Comunicamóvil” se articularon en el contenido o “discurso” base que integró ideas fuerza, tono de tratamiento y elementos tanto gráficos como audiovisuales. Los mensajes claves de este discurso base se integraron en las siguientes herramientas de comunicación:
- **Guión para el desarrollo de las sesiones grupales de socialización**  
Este guion se preparó como una exposición de los objetivos del proceso de socialización, metodología del estudio de audiencias y

sus principales resultados, los cuales se articularon en una presentación interactiva con diapositivas gráficas en power point y videos con testimoniales de las audiencias. Este guion fue escrito con un lenguaje sencillo, de fácil comprensión e indicaba paso a paso la información a brindar durante las sesiones grupales de socialización y los elementos visuales a utilizar en cada sección.

- **Programación de contenidos para la campaña de comunicación digital en redes (cronopost)**  
Mediante la herramienta cronopost se planificó la programación de contenidos a publicar en cada una de las fases de la campaña de comunicación digital. En este cronograma fueron integrados los hashtags a utilizar, los cuales fueron definidos para transmitir los mensajes principales y la esencia de la acción realizada. Se estableció como hashtag principal

#USAIDcomunica y tres complementarios #GiraComunicamóvil, #ConstruyendoJuntosDesarrollo, #EstudiodeAudiencias. Cada cronopost indicaba, la fecha de publicación, tipo de publicación (video, imagen, gif), contenido de la publicación, hashtags a utilizar y los usuarios que se consideraba estratégicos a etiquetar.

Aunado a esto, el equipo humano, materiales impresos, digitales y el vehículo utilizado en la gira fueron identificados con el logotipo de USAID para indicar que formaban parte de la “Gira Comunicamóvil”. Con todo esto, se logró proyectar una imagen integrada y brindar una identidad visual propia a la “Gira Comunicamóvil”.

### CRONOPOST PARA REDES SOCIALES

**Institución:** USAID

**Campaña:** Gira Comunicamóvil

**Periodo:** 10 al 19 de julio

**Contenido:** resultados del estudio, información sobre experiencias de socialización.

#### Campaña Digital

CRONOPOST				
Fase Gira: 10-21 de julio				
FECHA DE PUBLICACIÓN	TIPO	CONTENIDO	MENSAJE	STRATEGIC TAGS
10 Julio	Video nota	Datos del comunicamóvil	La #GiraComunicamóvil llegará a 6 municipios para compartir los	Los que quepan, en este orden de prioridad (lo mismo para cada

- **Producción de material informativo mediado**

Durante las sesiones presenciales se entregó a los Actores Locales de Desarrollo (ADL) un folleto con la información del Estudio de Audiencias mediada o adecuada a esta audiencia. Esto fue con la finalidad de que los ADL pudieran consultar, aplicar posteriormente esta información en sus proyectos vinculados al desarrollo y, sobre todo, compartirla con otras personas interesadas.



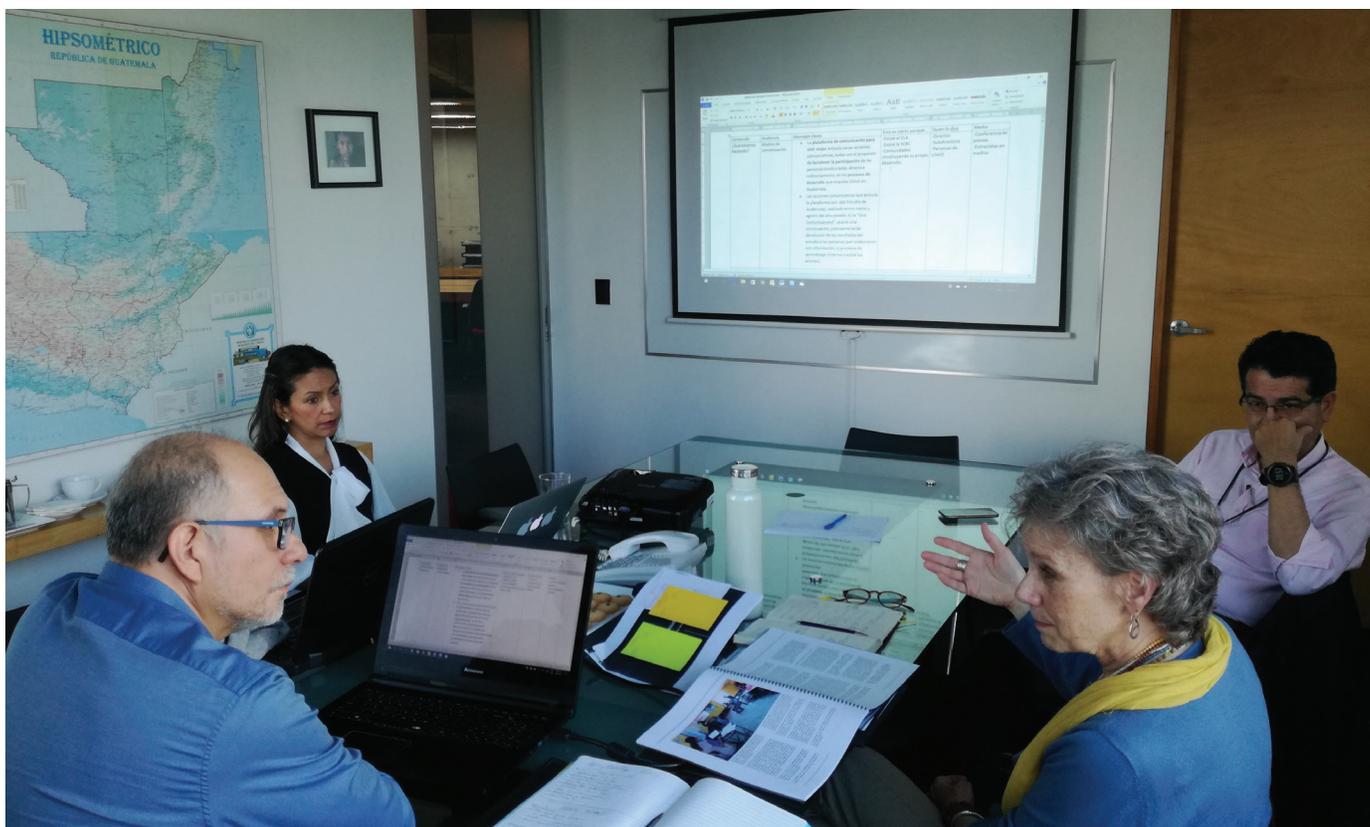
- **Atención a medios locales de comunicación**

Los medios locales, fundamentalmente radios y canales de televisión por cable, se interesaron en los eventos de socialización. Algunos grabaron y transmitieron el evento en su totalidad. Otros realizaron entrevistas y facilitaron que los miembros de USAID autorizados para brindar información explicaran la importancia y alcance de la actividad para el desarrollo de las comunidades locales. Todos los medios fueron contactados previamente por el equipo de implementación y les brindaron la información respectiva.



## 2. Incorporación del enfoque CLA en la planificación de USAID

La experiencia “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los Resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala” forma parte de los esfuerzos de institucionalización del enfoque de Colaboración, Aprendizaje y Adaptación (CLA, por sus siglas en inglés) en USAID/Guatemala.



El enfoque CLA busca mejorar la gestión de proyectos de asistencia al desarrollo, y se sustenta en los siguientes principios:

- **Colaboración:** USAID y las partes interesadas identifican áreas de interés compartido y trabajan juntas, reducen la duplicidad de esfuerzos y comparten conocimiento. La colaboración ayuda a validar los proyectos con la experiencia y conocimiento local y mejora la capacidad de los gobiernos, las organizaciones, actores comerciales y la población de los países socios para definir y perseguir sus agendas de desarrollo.
- **Aprendizaje:** USAID y las partes interesadas utilizan una variedad de fuentes de información (incluyendo datos de monitoreo, revisión de cartera, resultados de investigación, evaluaciones, conocimientos adquiridos con la experiencia) y reflexionan sobre la implementación de esta información para mejorar la gestión del desarrollo. Esto ayuda a extraer evidencia y experiencia de diversas fuentes y emplear metodologías de desarrollo participativo que catalizan aprendizaje.
- **Adaptación:** USAID y las partes interesadas aplican el aprendizaje y realizan ajustes durante la implementación. La gestión adaptativa ayuda a USAID a responder a los cambios de contexto y a la nueva información para aumentar el impacto de la asistencia para el desarrollo.

Desde esta perspectiva, la creación del circuito de retroalimentación sobre el Estudio de Audiencias se conceptualizó como un proyecto piloto para llevar a la práctica procesos de comunicación intrínsecos del enfoque CLA, como lo son Escuchar, Dialogar, Aprender y Mejorar (EDAM). Estos procesos se integraron a manera de una plataforma de comunicación que facilite a involucrados en procesos de desarrollo comprender la práctica del enfoque CLA. En la tabla siguiente se describen las acciones correspondientes a cada uno de los procesos de comunicación EDAM.



## ESCUCHAR

Con el Estudio de Audiencias escuchamos lo que piensan los guatemaltecos involucrados en proyectos de USAID sobre desarrollo, comunicación y USAID.



## DIALOGAR

A través del proceso de socialización dialogamos con las audiencias sobre los resultados del Estudio para compartir el conocimiento e identificar potenciales colaboraciones.



## APRENDER

La capacitación al equipo de USAID permite que aprendamos con base a la evidencia lo que las audiencias piensan sobre desarrollo, comunicación y USAID, así como el uso y aplicación de estos datos en el ciclo de proyecto.



## MEJORAR

Cuando incorporamos en los procesos e instrumentos de planificación de USAID los resultados y recomendaciones del Estudio mejoramos la gestión de los proyectos.

En correspondencia con los procesos de aprendizaje y adaptación internos y externos que indica el enfoque CLA, la acción hacia el interior de USAID/Guatemala consistió en brindar capacitación al personal encargado de la planificación de programas, tomando como base de aprendizaje el Estudio de Audiencias.

El desarrollo de este proceso interno de capacitación permitió reflexionar sobre cómo incorporar los resultados del Estudio y la comunicación en el ciclo de programa. Esto fue un avance importante para la institucionalización del CLA al interior de la misión de USAID en Guatemala, pues permitió ver con claridad y facilidad su aplicación práctica dentro de los procesos ya existentes. Para llevar a cabo este proceso se hicieron las siguientes acciones:

### Fortalecimiento de capacidades

Talleres dirigidos a oficiales de programas y gerentes de proyectos de USAID para sensibilizar en el uso estratégico de la comunicación, bases de datos y capacitar en la aplicación del enfoque CLA en su planificación.

### Generación de herramientas

Elaboración de herramientas para identificar aplicaciones prácticas de comunicación y enfoque CLA en el ciclo de proyecto de USAID.



## a. Fortalecimiento de capacidades

El fortalecimiento de capacidades se realizó mediante un taller de capacitación para oficiales de programas y gerentes de proyectos de USAID denominado “Uso y aplicación de data de comunicación en procesos de planificación”. Este taller se centró en tres objetivos didácticos:

- a) sensibilizar sobre la importancia de la comunicación en procesos de desarrollo;
- b) fortalecer la competencia de uso y aplicación de datos;
- c) facilitar procesos de análisis para la aplicación práctica de la comunicación, los resultados del Estudio de Audiencias y el enfoque CLA en la planificación de programas de desarrollo.

El taller tuvo una duración de un día y fue impartido a tres grupos en fechas diferentes.

La metodología del taller fue interactiva y de construcción colectiva, mediante la conformación de grupos de trabajo según las fases del ciclo de proyecto.

Es importante destacar que hubo algunos cambios actitudinales en los participantes con respecto a la comunicación y su papel importante en los proyectos de desarrollo. Esta afirmación se extrae de las opiniones o exposiciones expresadas durante el taller; que pasaron de mostrar poca valoración de la comunicación a una expresa buena disposición para aplicarla o considerarla en los proyectos.



## b. Generación de herramientas

Se generaron herramientas de trabajo grupal que facilitarían la identificación y aplicación práctica de las recomendaciones del Estudio de Audiencias, la comunicación y el enfoque CLA en la gestión de programas/proyectos de USAID. Para esto, se llevó a cabo una revisión documental de los procesos e instrumentos de planificación de USAID y se trabajó sobre los lineamientos ya existentes en la Mision Order No. 201.7. La premisa fue integrar el enfoque CLA, sin crear nuevos procesos ni instrumentos de planificación, sino aprovechar los ya existentes. Resultado de este trabajo se elaboraron las siguientes herramientas:

- **Tablas de análisis de procesos para las recomendaciones del Estudio de Audiencias en el Ciclo de Proyecto de USAID.** Su aplicación permitió retomar las recomendaciones del Estudio de Audiencias y cómo abordar la comunicación en cada etapa del proceso del ciclo de proyectos de USAID y de sus instrumentos. También permitió ver la aplicación del enfoque CLA.
- **Guía para uso de bases de datos.** Documento que explica sobre el uso de las bases de datos, cómo están organizados los datos del Estudio de Audiencias, cómo se puede acceder a ellos y cómo obtener cruces de información.

Estas herramientas fueron utilizadas en los talleres de uso y aplicación de data de comunicación en la planificación que se realizaron con los oficiales de programas y gerentes de proyectos de cooperación para el desarrollo de USAID.



## C. FACTORES DE ÉXITO

Al evaluar las opiniones de las personas que integraron los equipos de trabajo para la implementación de los procesos, las valoraciones de miembros de USAID y las manifestaciones de satisfacción de algunos miembros de las audiencias alcanzadas, se comprende que esta experiencia piloto fue exitosa. A continuación, se describen los elementos que fueron importantes para que la experiencia alcanzara de forma efectiva sus objetivos.

### *1. Actitud de escucha y compromiso institucional*

El factor de éxito fundamental de esta experiencia fue la actitud de escucha de USAID/Guatemala. Esta actitud fue de apertura permanente y de compromiso institucional por establecer comunicación con las audiencias, lo cual se evidenció en diferentes niveles de la Misión. Por ejemplo, personal de USAID de diferentes áreas participó en la “Gira Comunicamóvil” y tomó parte en los eventos de socialización, lo cual fue clave para establecer el diálogo directo con las audiencias y reforzar el compromiso institucional por escucharlas y generar confianza. El mensaje por video de los directores también constituyó un elemento de respaldo institucional al más alto nivel, así como su presencia en los talleres de capacitación que se hicieron con los miembros de USAID.

## **2. Integración de un equipo multidisciplinario**

Otro factor de éxito de la experiencia fue la integración del equipo de trabajo responsable de la implementación de la misma. Se integró con profesionales de varios ámbitos, enfoques y especialidades de la comunicación, tales como: comunicación institucional, comunicación para el cambio, comunicación para el desarrollo, periodismo, relaciones públicas, sistematización, producción audiovisual, entre otros.

Otro criterio de integración del equipo fue contar con una persona plenamente conocedora del Estudio de Audiencias y una persona experta en procedimientos de planificación de USAID. Esto permitió abordar con conocimiento inmediato y profundo tanto los resultados del estudio de audiencias, como los procesos e instrumentos que utiliza USAID en su planificación de proyectos.

## **3. Coordinación y relacionamiento local**

La coordinación y relacionamiento con socios implementadores de USAID en los territorios fue un factor de éxito para esta experiencia, ya que, permitió contar con apoyo local para la convocatoria a las sesiones grupales de socialización y establecer un enlace en cada municipio.

El contar con un enlace local en los territorios favoreció el acercamiento con los beneficiarios

directos y generó confianza para que participaran en las sesiones de socialización. Además, el hecho de que este enlace local fuera el socio implementador de USAID proyectó un respaldo institucional al proceso y reconfirmó el compromiso institucional por implementar un nuevo enfoque de comunicación con las audiencias.

## **4. Desarrollo de un discurso base**

La elaboración de un discurso o contenido base estructurado en un guion para las sesiones grupales de socialización permitió unificar los mensajes verbales y visuales de la “Gira Comunicamóvil”. Aunque en cada municipio la gira tuvo una personalidad propia, acorde a las características y pertinencia cultural del territorio, el guion brindó las orientaciones necesarias para mantener un esquema estandarizado.

## **5. Sensibilizar en el uso estratégico de la comunicación**

Otro factor clave fue no limitar la capacitación del personal de USAID al uso y aplicación de data de comunicación, sino abordar también el uso estratégico de la comunicación en programas/proyectos de desarrollo. En este sentido, fue fundamental concientizar en la responsabilidad gerencial en el abordaje de la comunicación, así como sus diversos tipos, propósitos y enfoques.



## D. LECCIONES APRENDIDAS

Esta experiencia piloto es realmente una aplicación del enfoque CLA, en lo correspondiente a la colaboración y aprendizaje con los actores del desarrollo en el ámbito externo y de adaptación en lo que respecta a los actores internos, que evidencia la factibilidad de avanzar en este enfoque siempre que se cuente con la visión y actitud institucional favorable.

La socialización de resultados de un estudio o investigación, como la realizada en la “Gira Comunicamóvil”, es un proceso que debe implementarse con una perspectiva integral de comunicación, en el que confluyen varios ámbitos, enfoques y especialidades de esta disciplina.

Por la misma característica de convergencia de enfoques y ámbitos comunicacionales, se comprobó que la exitosa ejecución de un proceso de socialización de resultados de investigaciones requiere la integración de un equipo multidisciplinario dentro de la misma especialidad.

Por segunda vez se pudo evidenciar que los socios implementadores son un elemento importante en la relación y confianza que USAID tiene de parte de los socios directos, por lo que su participación y colaboración en la fase de convocatoria son un factor clave que debe optimizarse. Se considera que la manera de hacerlo es propiciando conocimientos involucramiento de las personas en los niveles de dirección de las organizaciones desde el inicio del proyecto, para que a la hora de intervenir en campo el personal operativo esté conectado con los objetivos.

La participación de personal de USAID en las sesiones grupales de socialización de la “Gira Comunicamóvil” es clave para establecer el diálogo con las audiencias y reforzar el compromiso institucional por escuchar a las mismas. El contacto directo genera confianza.

El tratamiento de la comunicación con enfoque de pertinencia cultural, considerando el uso del idioma local, es un total acierto, tal como lo reafirmaron las expresiones de agradecimiento de algunos participantes sobre la incorporación de traductores en el equipo de implementación.

El incluir una estrategia digital para la Gira Comunicamóvil es un recurso innovador que no solo contribuye a la difusión del proceso de socialización en redes sociales, sino que también acerca a la población local con la tecnología, abriendo nuevas posibilidades de intercambio de información y conocimiento.

La inclusión de una presentación mediada y la utilización de videos, como el saludo de los

directores de USAID y los que recogieron las percepciones más importantes sobre cada tema del Estudio, son actividades agradables y fáciles de realizar que permiten mayor confianza y credibilidad con las personas que participan.

Con relación al fortalecimiento en el uso de data de comunicación, un taller es un periodo corto para profundizar en los contenidos del estudio y sus aplicaciones, pero útil para motivar a los participantes. Idealmente sería importante desarrollar procesos de capacitación más amplios, que permitan establecer jornadas exclusivas para ejercicios de uso y aplicación de datos, así como en la incorporación de la comunicación a los procesos de planificación, incluyendo retroalimentación y discusión de las propuestas; sin embargo, en la práctica es difícil contar por largo tiempo con los participantes, por las limitaciones de tiempo que existen en sus agendas de trabajo. El reto para futuros procesos consiste en lograr efectividad en periodos cortos de capacitación.





## III. RECOMENDACIONES

Con base en los aprendizajes obtenidos de la experiencia de “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”, a continuación se exponen las siguientes recomendaciones.

### *Para la institucionalización*



El proceso de institucionalización del CLA iniciado es muy importante, pero es necesario ver el avance solo como un paso, pues aún hace falta que el staff de USAID lleve a la práctica las recomendaciones del Estudio y la comunicación para el cambio en su gestión de proyectos y programas. Por lo tanto, se recomienda continuar el proceso en una fase específica de trabajo y acompañamiento técnico a los responsables de los programas y proyectos.



Debido a que USAID seguirá trabajando sus proyectos mediante socios implementadores, es muy importante que ellos se apropien lo suficiente de estos nuevos enfoques. Se recomienda asegurarse de que haya un conocimiento, entendimiento y práctica de la plataforma de comunicación EDAM. Para ello, es necesario implementar procesos de fortalecimiento de capacidades que permitan el uso/aplicación de los mismos, así como una mayor sensibilización para el reconocimiento de la importancia y uso estratégico de la comunicación en la planificación del desarrollo.



La plataforma de comunicación para socios de desarrollo, EDAM, ha permitido desarrollar de manera comprensible e intencional procesos del enfoque CLA, por lo que se recomienda desarrollarla de manera más amplia, de tal modo que cuente con herramientas y ponga a disposición información de utilidad para los socios de desarrollo internos y externos.

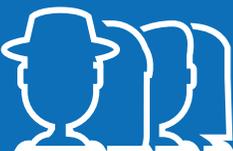


Permanecer abierto al diálogo, generar confianza y contacto con las audiencias son factores fundamentales para el éxito de los procesos de desarrollo. Es importante que este tipo de acciones se constituyan en un compromiso institucional en los distintos niveles de la organización. Este compromiso debe reflejarse en la participación directa y activa de miembros de la organización de forma permanente. Además, todos los procesos de construcción de relacionamiento y confianza deben ser concebidos respetando e incorporando la pertinencia cultural de la población, a través por ejemplo del uso de idiomas maternos, costumbres locales, manejo de tiempo entre otros.

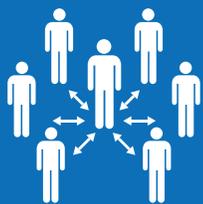
### *Para la replicabilidad*



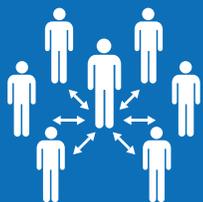
Integre un equipo multidisciplinario de comunicación, es decir, incluya especialistas de diversas disciplinas de la comunicación, generación de contenidos, producción audiovisual, comunicación institucional, etc.



Cuente con información basada en evidencia que proporcione información sobre preferencias usos y características de la comunicación de las audiencias.



Realice el proceso de socialización en coordinación con socios implementadores locales.



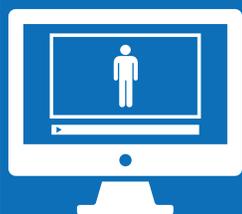
Visite a los actores, autoridades y medios locales previo a la socialización.



Seleccione y prepare un equipo de la misión de país para participar en los procesos de socialización.



Integre al proceso de socialización la pertinencia cultural en aspectos como el uso de idiomas, costumbres locales y el manejo del tiempo.



Incorpore dentro del proceso de socialización elementos y recursos innovadores que capten la atención y despierte el interés de las audiencias, tales como campaña en redes sociales, actividades lúdicas, etc.



Desarrolle un único discurso que integre mensajes clave y elementos visuales.



Desarrolle materiales informativos adecuados a las audiencias que permitan promover y multiplicar los contenidos de su estudio.



Recuerde que para que los contenidos de un estudio sean realmente utilizados, es importante familiarizar al personal de USAID con la aplicación y uso de los mismos en su trabajo diario.

## FUENTES DE CONSULTA

Programa Monitoreo y Evaluación/USAID. (2017). Informe de Gira de Socialización de Resultados del Estudio de Audiencias. Consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”. Guatemala, Guatemala.

Programa Monitoreo y Evaluación/USAID. (2017). Informe de gestión de medios, métrica en redes sociales y resultados de la estrategia digital. Consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”. Guatemala, Guatemala.

Programa Monitoreo y Evaluación/USAID. (2017). Informe del taller de capacitación. Consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”. Guatemala, Guatemala.

Duflon, W. Entrevista telefónica (2017, agosto 21).

Equipo de trabajo resultado 1: Socialización de los resultados del estudio de audiencias de la Consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”. (2017, julio 20). Grupo focal.

Equipo de trabajo resultado 2: capacitación al personal de USAID de la Consultoría “Creación de un Circuito de Retroalimentación sobre los resultados del Estudio de Audiencias de Comunicación para el Desarrollo de USAID en Guatemala”. (2017, julio 7). Grupo focal.

*Para obtener información adicional,  
comuníquese a:*

*Devtech Systems Inc.  
1700 North Moore St.  
Suite 1720  
Arlington, Virginia 22209  
703-312-6038  
[www.devtechsys.com](http://www.devtechsys.com)*