GUÍA PARA LA ESTRATEGIA DE SALIDA [[1]](#footnote-1)

HERRAMIENTA 16 de la guia Participación comunitaria y rendición de cuentas a la comunidad / FICR /Junio 2016

Este documento está diseñado para apoyar al personal y al voluntariado a tener la información necesaria para el traspaso y planificar cómo comunicar a las comunidades la estrategia de salida. La información sobre la estrategia de salida debe ser compartida con las comunidades mucho antes del final de las actividades, sin embargo, el plazo exacto dependerá del contexto específico y de la duración del programa. La guía ofrece orientación sobre los puntos clave a tomar en cuenta, los plazos finales para compartir la información, y la manera en la que el / la coordinador (a) puede compartirla.

## Información de traspaso necesaria

1. Resumen del enfoque adoptado para la intervención;
2. Resumen del progreso hasta la fecha en contra de los objetivos;
3. Identificar cuestiones clave, desafíos que incluyen la forma en que la respuesta / rotación de delegados/ trabajadores/ voluntarios que involucró con las comunidades.
4. Resumen del trabajo de la Sociedad Nacional (cumplió con la Comunidad y el Compromiso, la Diversidad e Inclusión, y la Salvaguardia y Protección, estándares mínimos);
5. Enumerar los contactos clave, el personal, los voluntarios y otros actores WASH
6. Programación semanal de reuniones / actividades;
7. Acciones y pasos pendientes;
8. Lecciones aprendidas; incluyendo en todos los puntos anteriores bajo (3 y 4)
9. Recomendaciones en el futuro y para la salida.

**¿Por qué es importante tener una estrategia de salida ?**

Es fundamental comunicarse de forma adecuada con los beneficiarios en el período previo al cierre del programa porque:

* Compartir los planes y darle a las personas la oportunidad para que se involucren en lo que sucederá después significa una salida o un traspaso más fluido para el personal y menos problemas después de la partida.
* Demuestra respeto a la comunidad en la que se ha estado trabajando.
* Necesitamos rendir cuentas a nuestros beneficiarios, lo que significa ser transparentes y ofrecer participación.
* Lo único que desean las personas es «saber». Incluso si el cese del servicio es una mala noticia, si lo saben con anticipación pueden hacer planes.

**Etapas clave para la comunicación**

Planificar cuándo y qué se desea comunicar en cada una de estas cuatro etapas de la estrategia de salida:

1. Planificación de la salida.
2. Período de consultas a la comunidad.
3. Los servicios están finalizando y siendo traspasados a otros.
4. Monitoreo de la situación por un corto período después de la salida.

**Información clave que se debe comunicar**

* Cuándo los servicios finalizarán.
* Logros del programa hasta la fecha.
* Cómo se pueden involucrar las personas en la decisión de lo que sucederá después de la salida.
* Cómo puede la comunidad hacer preguntas y hacer sentir sus preocupaciones en cada etapa del proceso.
* Informar sobre lo que sucederá en cada etapa de la transición o del cierre.
* Cómo será el sistema después de la salida y quién estará a cargo.
* Datos y forma de contacto para que las personas puedan comunicarse si surge algún problema después de la salida.

**Sugerencias generales**

* Alertar a las personas sobre los cambios POR LO MENOS UNA SEMANA ANTES de implementarlos.
* Incluir un período de consultas en el que la comunidad tenga la oportunidad de contribuir con las decisiones sobre lo que sucederá después de la salida.
* Establecer métodos para que las personas hagan preguntas o reclamos. Puede ser un sistema formal como una línea telefónica directa o informal a través de movilizadores comunitarios. Lo más importante es que la gente sepa que puede hacer preguntas y cómo pueden hacerlas.
* Usar la mayor cantidad de canales posibles para comunicarse con las personas, por ejemplo, se pueden combinar afiches, movilizadores comunitarios, SMS, anuncios de radio, etc.
* Asegurarse de que todas las herramientas usadas en la comunicación están transmitiendo los mismos mensajes para evitar confusión.
* Hacer frente a los rumores rápidamente, intentando mitigarlos y proporcionando la información correcta. No ignorar los rumores.
* Ser honestos con las personas.

**Seleccionar los canales de comunicación**

Existe una gran variedad de herramientas de comunicación a los beneficiarios que pueden ayudar a informar sobre los planes de salida. Para más información, consultar la herramienta 8: Matriz de diferentes canales de comunicación.

O visitar la Biblioteca Fednet CEA: <https://fedteam.ifrc.org/global/collaboration/disasters/bc/default.aspx>

**Ejemplo de estrategia de salida: Detener la distribución de agua de los camiones cisterna en Haití**

### Plan de comunicación a los beneficiarios: estrategia de salida de los camiones de agua

Marzo 2011, Puerto Príncipe, Haití.

**Contexto**

El programa WATSAN de la FICR está actualmente distribuyendo agua a través de camiones cisterna en 66 puntos de Puerto Príncipe. Este tipo de distribución es extremadamente costosa y no es sostenible a largo plazo. Por este motivo, WATSAN está planeando traspasar la distribución de agua a las autoridades haitianas, a los proveedores privados y a las comunidades y finalizar todo el servicio de camiones cisterna a partir de septiembre 2011. Este plazo final fue establecido en principio para septiembre de 2010, pero fue extendido debido al brote de cólera y la respuesta.

Durante los próximos meses, WATSAN estará trabajando con las comunidades para ayudarlas a establecer soluciones alternas para que las personas tengan acceso a agua apta para el consumo y el uso doméstico. Las soluciones que se manejan son: hacer el traspaso al organismo gubernamental de abastecimiento de agua (DINEPA, por sus siglas en francés), encontrar proveedores privados o establecer una gestión comunitaria para los puntos de abastecimiento, entre otras.

El problema consiste en comunicar estos cambios a las comunidades e involucrarlas en la selección, establecimiento y promoción de una solución alterna para asegurar el éxito de la operación.

**Objetivo general de la comunicación**

Comunicar a aquellas personas que actualmente se abastecen a través de los camiones cisterna de la FICR que el servicio finalizará en octubre 2011 y que la FICR estará trabajando con ellas para encontrar soluciones sostenibles que cubran las necesidades de la población afectada.

**Objetivos de la comunicación**

Las comunidades necesitan saber:

* El servicio de camiones cisterna de la Cruz Roja finalizará en octubre 2011.
* La FICR estará trabajando con ellas para encontrar soluciones alternas.
* Cómo formarán parte del proceso de toma de decisiones para establecer otras fuentes de suministro de agua.
* Cómo y cuándo obtener agua después de que el servicio de la FICR finalice y estar informadas sobre el proceso.
* Cómo pueden hacer preguntas y hacer sentir sus preocupaciones en cada etapa del proceso.

**Mensajes clave (para los beneficiarios)**

* Después de la reducción de los casos de cólera, el servicio de agua en camiones de la Cruz Roja finalizará en septiembre 2011, pero estaremos trabajando con las comunidades para establecer una fuente alternativa de suministro de agua.
* Todas las comunidades afectadas tendrán la oportunidad de hacer preguntas y participar en la selección de fuentes alternativas de suministro de agua.
* Los camiones cisterna son muy costosos y la Cruz Roja no puede mantener el servicio permanentemente; es mejor emplear los recursos en proyectos para reconstruir los sistemas de distribución de agua.
* En muchos casos, el agua será distribuida por las autoridades o proveedores privados, igual que ocurría antes del terremoto.
* Estaremos informando en cada paso del proceso y nos aseguraremos de que todas las personas estén informadas sobre cómo y dónde obtener agua cuando finalice el servicio de camiones de la Cruz Roja.

**Actividades**

Las actividades siguientes apoyarán, y se realizarán conjuntamente con, las actividades del equipo de movilización comunitaria.

**Fase 1: Comunicación masiva y cierre de los puntos de suministro de agua que están subutilizados (MARZO/ABRIL 2011).**

**Objetivo 1: difundir ampliamente el mensaje de que el servicio de camiones cisterna de la Cruz Roja finalizará en septiembre, explicando el motivo y cómo funcionará el proceso.**

* Programa de radio «Radyo Kwa Wouj» el 30 de marzo de 2011 con invitados de WATSAN. En el programa se discutirá por qué el servicio de los camiones cisterna no puede continuar y se hablará sobre el proceso de aquí a septiembre, haciendo énfasis en los mensajes clave mencionados previamente. Las llamadas en vivo de los oyentes ayudarán a medir la reacción del público ante la situación.
* Se diseñarán e imprimirán afiches genéricos que pueden colocarse en los 66 puntos de suministro de agua y en los campamentos afectados para explicar el motivo del cese del servicio y el proceso colaborativo.

**Objetivo 2: comunicar el cierre inmediato de 4-5 puntos de suministro de agua a las personas afectadas.**

* Los afiches se colocarán en cada punto de suministro de agua que será cerrado. En los afiches se informará sobre el punto de suministro más cercano.
* Se enviarán SMS a través de la red Voila a las personas que viven en un radio de 1KM desde los puntos de suministro de agua para informar sobre los motivos del cierre y sobre la fuente de agua disponible más cercana.
* En principio los SMS y los afiches ofrecerán un número telefónico para que las personas puedan llamar y hacer preguntas.
* El cierre de estos puntos será informado en el programa de Radyo Kwa Wouj.

**Fase 2: implicación de la comunidad (DE ABRIL EN ADELANTE)**

**Objetivo 1: las comunidades tienen la manera de saber y saben cómo pueden aportar al proceso de encontrar y establecer soluciones para el abastecimiento de agua.**

**Objetivo 2: a las comunidades les es posible hacer reclamos y preguntas sobre el proceso.**

* Afiches indicando distintas opciones para cada campamento/comunidad.
* El sistema de SMS puede usarse para enviar información a cada campamento/comunidad sobre cómo pueden participar o pidiéndoles que elijan entre las diferentes opciones.
* Se informará en campamentos/comunidades sobre la línea telefónica a la que pueden llamar para hacer reclamos y preguntas. La información recogida en esta línea será compartida con WATSAN.
* Se usará una línea telefónica gratuita de respuesta de voz interactiva (IVR, por sus siglas en inglés) para proporcionar información específica a cada campamento/comunidad, y será promocionada. La IVR también puede usarse para efectuar encuestas detalladas, en las que los participantes aprietan botones para indicar sus respuestas, lo que evita las limitaciones producidas por la falta de espacio para los SMS y por el analfabetismo.
* Se pueden usar camiones de sonido para difundir mensajes en los campamentos, y estos pueden operar conjuntamente con los equipos de movilización comunitaria; por ejemplo, el camión puede difundir información grabada y luego los equipos pueden hacer una sesión de preguntas para verificar lo que la gente ha escuchado.

**Fase 3: traspaso del proyecto y comunicación de los nuevos procesos de abastecimiento de agua**

**Objetivo 1: las comunidades conocen la fecha del cese del servicio en sus campamentos y cómo podrán abastecerse de agua después del cese.**

**Objetivo 2: a las comunidades les es posible hacer reclamos y preguntas sobre el nuevo proceso.**

* Afiches con información sobre los nuevos procesos y la fecha de finalización del servicio de camiones cisterna.
* La información puede difundirse por SMS.
* La IVR puede usarse para proporcionar información grabada sobre los nuevos procesos.
* La línea telefónica de la Cruz Roja puede recibir llamadas de los residentes.
* Los camiones de sonido visitarán cada campamento/comunidad para explicar los nuevos procesos de suministro de agua.

**Fase 4: Monitoreo y evaluación de los nuevos procesos**

**Objetivo 1: recoger retroalimentación sobre los nuevos procesos y asegurarse de que cualquier problema excepcional será comunicado a la FICR.**

* La línea telefónica de la Cruz Roja puede continuar recibiendo llamadas.
* Se puede usar la IVR o SMS para encuestas con el objeto de medir la satisfacción de las personas con los nuevos procesos.

**Pasos siguientes**

* Acordar acciones de comunicación inmediatas para el cierre de los 4/5 puntos de suministro subutilizados que se hará efectivo dentro de 10 días.
* Acordar un plazo con WATSAN para el cierre de puntos de suministro en otros campos y comunidades, dando tiempo para consultarles y para que participen.
* Combinar las actividades de comunicación a beneficiarios con los planes de movilización comunitaria.

**Impacto**

La evaluación de las comunicaciones a beneficiarios de la Cruz Roja efectuada en junio de 2011, reveló que las personas en las comunidades afectadas por la finalización del servicio de los camiones cisterna se sintieron bien informadas sobre los nuevos procesos y apreciaron haber recibido la información. Las personas no estaban enfadadas por el cese del servicio, y sólo querían «saber» lo que estaba pasando.

## 

1. Del kit de herramientas «Accountability to Beneficiaries in East Africa and the Indian Ocean Islands». Noviembre, 2014. [↑](#footnote-ref-1)