

## **PASO 6: DETERMINE CÓMO USAR Y COMUNICAR LOS RESULTADOS**

Ahora que ha determinado las conclusiones de su evaluación, necesita decidir qué hacer con ellas. Si ha tenido estrategias desde el comienzo de la fase de planeación acerca de qué productos de evaluación y quiénes son las audiencias para la evaluación de las conclusiones, entonces su evaluación alcanzará las personas con el mensaje correcto cuando llegue el tiempo.

⇒ El Paso # 6 tiene tres actividades, las cuales están reflejadas en el *Paso 6 Hoja de Trabajo de Planificación: Cómo Presentar los Resultados a las Audiencias Objetivo* (siguiendo la página 4-72):

- 6.1 Identifique los productos que saldrán de la evaluación
- 6.2 Identifique la audiencia objetivo
- 6.3 Presente sus conclusiones
- 6.4 Determine los próximos pasos
- 6.5 Celebre y reconozca su trabajo

### ***6.1 Identifique los productos que saldrán de la evaluación***

Una vez que usted ha desarrollado su evaluación de las conclusiones, es importante elaborar productos que efectivamente comuniquen lo que encontró, a audiencias internas y externas. Estos productos pueden tomar la forma de:

- Informes escritos
- Resúmenes de informes o resúmenes ejecutivos
- Presentaciones
- Foros de la Comunidad
- Recomendaciones
- Hojas de hechos (Fact sheets)
- Informe de políticas
- Artículos para los periódicos.

Primero desarrolle un informe escrito que provea los fundamentos para otros productos de la evaluación. Este informe es el producto total con todas las conclusiones importantes que puede dar a su audiencia objetivo. También provee la historia para las recomendaciones que hace.

¿Qué hace usted usualmente con los informes que recibe? ¿Los pone en el estante y nunca más los mira? Sin embargo, usted quiere que su informe sea leído y utilizado. Hágalo así:

- **Conciso** – Corto y al punto. Hágalo que sea fácil de encontrar la información.
- **Interesante** – Tome tiempo para revisar todas las conclusiones de su evaluación y discuta aquellas que sean nuevas y poderosas.
- **Pertinente** – Considere su audiencia. Manténgalos en mente mientras escribe el informe.
- **Útil** – Escriba conclusiones y recomendaciones claras. Estas son más útiles. Si el lector sabe qué hacer con la información, ellos posiblemente lo harán.
- **Atractivo** – Gasta un poco de su presupuesto para imprimir informes en cuadernos en colores para distribuir a personas importantes de su audiencia.

Aquí hay algunas instrucciones para ayudar a escribir su informe:

### 1. Reciba opiniones de la comunidad y haga las modificaciones necesarias

- Los residentes de la comunidad, grupos de la comunidad y líderes de la comunidad deben ser su audiencia primordial, de manera que asegúrese que les informa las conclusiones a ellos primero y que incorpora sus comentarios en el informe.
- Las diferentes perspectivas y la retroalimentación (feedback) siempre beneficiarán su producto final, asegurando que todo está correcto y ha sido verificado.

### 2. Extraiga los puntos claves

- Conclusiones claves:
  - ⇒ ¿Qué aprendió?
  - ⇒ Elabore una lista de puntos, con una conclusión por cada punto.
- Recomendaciones:
  - ⇒ Consejos prácticos acerca de lo que le puede dar a la audiencia y lo que debe pasar después.
  - ⇒ Si es controversial o complejo, incluya los beneficios y desventajas de cada recomendación.
  - ⇒ Presente una lista jerarquizando los puntos, con un tema de acción por punto, comenzando con el de quien va a realizar la acción.

### 3. Decida cuidadosamente cómo presentar los datos para reforzar sus conclusiones

- Utilice diferentes maneras de presentar datos y diferentes clases de datos para mantener su audiencia interesada y participante.

- Use impresiones a color y un formato atractivo, ya que entre más profesional luzcan sus datos, más seriamente será considerado por su audiencia. Esto puede ser muy importante cuando trata de lograr la atención de personas que toman las decisiones de políticas, de asignación de fondos financieros y otros.

⇒ ***Datos cuantitativos:*** Los datos se entienden mejor cuando se usa una gráfica o cuadro para describir cada concepto principal o conclusiones de los datos. Entre más conclusiones estén combinadas en cada descripción, más difícil es para la audiencia entender la presentación.

- Asegúrese de usar marcas que no ayudan a describir los datos como gráficas con rejillas, marcos, marcas o demasiadas gráficas que distraen al lector de entender los datos. ¡Simplicidad es lo mejor!
- Nunca use gráficas tridimensionales, porque estas distorsionan los datos para el observador y los hace difíciles de entender.
- La proporción de la altura de las gráficas al ancho debe ser cerca de 1 pulgada de alto por 1.3 de ancho. Cualquier cosa significativamente más alta o ancha es difícil de leer.
- Asegúrese que ninguno de sus datos quede escondido detrás de otros. Todos los puntos que usted desea resaltar deben estar claros y visibles.
- Empiece las gráficas con los ejes X - Y ambos en cero. Use una escala que sea simple como 10, 50 o 100.
- No olvide describir con palabras lo que se presenta en la gráfica, así como cualquier otra cosa acerca de los datos.

⇒ ***Datos cualitativos*** -- presentar datos cualitativos puede ser en muchas formas mucho más difícil que presentar los datos cuantitativos, debido a que las mayores conclusiones no pueden reducirse a números o porcentajes. Sin embargo, como la mayoría de los datos cualitativos incluyen categorías, ideas, citas, o anécdotas, éstas son fáciles de tejer en una narración interesante. Usted puede usar gráficas descriptivas de los datos las cuales pueden tomar forma de:

- Un cuadro resumiendo las categorías mayores, ideas y conclusiones. Esta es una manera excelente de demostrar la relación entre diferentes ideas discutidas por los entrevistados y los participantes a los grupos de enfoque.
- Recuadros de historias que resaltan las citas o historias que ilustran las conclusiones que se están discutiendo. Estos recuadros deben ser en un color y tipo de letra diferente para atraer la atención. Conviene dedicar un tiempo adecuado para seleccionar las citas y las historias que van en los recuadros. Aun cuando muchas citas y anécdotas pueden parecer muy importantes para usted, seleccione únicamente las que en forma apropiada y con colorido, ilustren las ideas principales o conclusiones que se están discutiendo.

- ⇒ **Mapas:** use mapas que contengan únicamente la información geográfica necesaria, evite detalles que no sean necesarios porque es difícil ver los puntos principales que se desea resaltar. Si no puede conseguir un mapa electrónico de su comunidad, busque un buen mapa y saque fotocopias de las áreas correctas y en el tamaño correcto. Asegure incluir una leyenda clara para indicar cómo ha codificado las áreas en el mapa.
- ⇒ **Fotografías:** cuando presente fotografías colectadas por el método *Fotovoz* (vea *Apéndice A: Métodos de Colección de Datos*), seleccione fotografías para presentar de la misma manera como hace la selección de sus citas y anécdotas. Primero elimine fotografías que no estén claras. Si su audiencia no puede determinar qué hay en la fotografía, entonces dicha fotografía no hará ningún impacto. También debe seleccionar las fotografías que mejor hacen sobresalir o ilustrar las conclusiones que discutirá. Esté seguro de reproducir con cuidado las fotografías para imprimir o para diapositivas. Evite usar fotografías en blanco y negro o fotocopias, si la reproducción no es absolutamente clara. De ser así, sus magníficos cuadros serán reducidos a gráficas borrosas que no dan a su audiencia las respuestas que usted desea.

#### 4. Compilando el informe completo

Ahora que usted tiene sus conclusiones principales y puntos claves y ha pensado cómo presentar sus datos en forma apropiada, usted está listo para juntarlos todos en un informe por escrito. Considere este informe escrito como la fuente de los materiales para cualquier producto que desarrolle y distribuya. De manera que debe asegurarse que esté completo y bien construido. Los informes escritos de investigación usualmente se ordenan de la siguiente manera:

- a. Portada: título del informe, personas que lo prepararon, organizaciones, fecha.
- b. Resumen Ejecutivo: una o dos páginas-resumen de las conclusiones más importantes y las recomendaciones.
- c. Índice del Contenido.
- d. Introducción: incluye información acerca de la agencia, asociación, su comunidad, las metas y objetivos de su evaluación, preguntas primarias y las necesidades de salud pública/ problemas que este proyecto intenta abordar.
- e. Metodología: incluye información acerca de detalles particulares del proyecto de evaluación y los métodos usados.
- f. Conclusiones principales: una presentación de las conclusiones por categorías o ideas, incluyendo una descripción gráfica de los datos.
- g. Discusión: una oportunidad de discutir su interpretación de cada conclusión, como también, su importancia para la salud de su comunidad. Si usted piensa que hubo mayores limitaciones o debilidades de la evaluación de salud pública de su comunidad, entonces use esta oportunidad para presentarlas aquí. Esto

hará difícil para cualquier crítico o los que se oponen al proyecto encontrar más tarde fallas en su evaluación.

- h. Conclusiones: conclusiones concisas que resumen las conclusiones principales.
- i. Recomendaciones: qué le gustaría que la audiencia hiciera después con la evaluación de su comunidad, como programas, políticas u otras recomendaciones.

- **Diseño para lectura fácil**

- Use una letra clara, legible y de un tamaño grande. Algunas buenas sugerencias son: Arial, Palatino, Garamond, Courier New y Tahoma.
- Prepare títulos claros, uniformes en letra negrita o negrita itálica.
- Deje un amplio espacio “en blanco” entre párrafos, gráficas y puntos negros.
- Incluya número de páginas.

## ***6.2 Identifique la audiencia objetivo***

Es crítico en la etapa de planeación que su grupo de socios identifique la audiencia a la que va dirigido el proyecto. Estas son las personas con las que usted quiere compartir las conclusiones de su evaluación y sus productos. Esto puede incluir audiencias internas, como los socios de su comunidad, y otros inversionistas identificados en el *Paso 1 Hoja de Trabajo de Planificación*, audiencias externas. Ustedes pueden decidir como grupo, usar las conclusiones y productos de la evaluación para aumentar el reconocimiento referente a un tema particular o el estado de salud en la comunidad. Compartir los productos puede servir también para “abrir la puerta” para trabajar con nuevos inversionistas o socios de la comunidad en la implementación de nuevas recomendaciones o próximos pasos a seguir.

### **Las audiencias externas pueden incluir:**

- Miembros de la comunidad y pacientes.
- Hospitales, clínicas, y otros centros de salud.
- Negocios locales y patrones.

- Planes de salud.
- Otros grupos de defensa local, regional del estado.
- Legisladores y elaboradores de políticas.
- Oficiales elegidos.
- Organizaciones que proveen fondos y fundaciones privadas.

Discuta las siguientes preguntas con sus socios:

- ¿Quién conviene que escuche sus conclusiones?
- ¿Quién necesita escuchar sus conclusiones?
- ¿Qué cree usted que es lo que más desea escuchar la audiencia?
- ¿Puede usted adaptar el producto de su evaluación para responder bien a lo que cada grupo de la audiencia desea escuchar?
- Si usted tiene varios grupos de audiencia para su informe, para acomodarlos mientras al mismo tiempo es conciso, entonces usted puede desarrollar productos que resalten las diferentes conclusiones de la evaluación y las recomendaciones para cada audiencia. (Un ejemplo serían las implicaciones de las políticas para los que las elaboran o las implicaciones para los proveedores de salud).

### ***6.3 Presente sus conclusiones***

Planee su presentación para cada audiencia. Formule su argumento y anticipe argumentos opuestos. Contrarreste los argumentos opuestos usando los datos y las conclusiones. Enfoque su mensaje alrededor de valores comunes de cuidado de salud:

- Costo
- Calidad
- Acceso
- Igualdad
- Derechos

### **EJERCICIO 6.3: ARGUMENTO/ CONTRA - ARGUMENTO**

Este ejercicio se ofrece para ayudarle a organizar su enfoque, conclusiones de su evaluación y argumentos cuando llega al punto de presentarlos a su audiencia objetivo. Enfoque y organice sus argumentos para cada audiencia y tendrá una mejor oportunidad de convencerlos.

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>¿Cuáles son sus conclusiones?</b></li><li>• <b>¿Qué datos apoyan sus argumentos?</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>¿Qué argumentarán sus críticos?</b></li><li>• <b>¿Qué datos puede esperar de ellos?</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>¿Cuál es su respuesta?</b></li><li>• <b>¿Qué datos apoyan su respuesta a sus oponentes?</b></li></ul>

#### ***6.4 Determine los siguientes pasos***

Discuta los siguientes posibles pasos para sus socios. Obviamente estos posiblemente cambiarán dependiendo de sus resultados y la experiencia de la evaluación. Sin embargo, identificar algunos de estos nuevos pasos durante la fase de planificación ayuda para que su evaluación sea más estratégica. Algunos de los posibles pasos son:

- Identifique inversionistas (stakeholders) adicionales, aliados o socios.
- Busque fondos financieros.
- Identifique las necesidades de programas o servicios.
- Identifique cambios necesarios en las políticas.
- Dedíquese a cambios en las políticas y los esfuerzos de defensa de personas.
- Movilice a los líderes y residentes alrededor del tema.
- Identifique las necesidades de investigación o las actividades de evaluación de programas.
- Desarrolle una colaboración continuada con sus socios.
- Desarrolle un plan a largo plazo con sus socios.

¡Una vez que usted ha completado su evaluación de la comunidad, las posibilidades para acciones futuras no terminan!

#### ***6.5 ¡Celebre y reconozca su trabajo!***