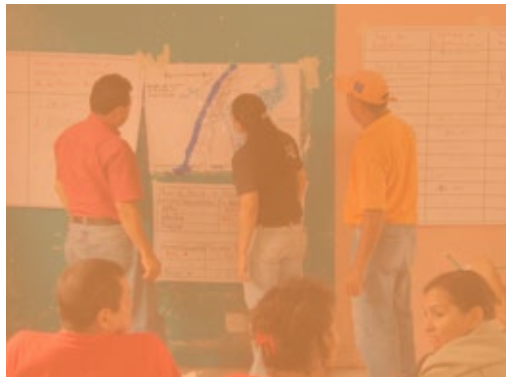




## METODOLOGÍA **PREGONEROS DE LA PREVENCIÓN**

para la operatividad de los Sistemas de Alerta y Acción Temprana ante las principales amenazas de asentamientos informales





© GOAL, Honduras, 2021

Este documento fue desarrollado por la unidad Barrio Resiliente.

Financiado por la Oficina de Asistencia Humanitarios (BHA, por sus siglas en inglés) de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en el marco del proyecto Barrio Resiliente “Construyendo Ciudades Resilientes a través de Barrios Resilientes”.

Autoras: Ena Almendárez, Kathy Murillo y Ana Luisa Nuñez.

Supervisión, revisión y aprobación: Ana Luisa Nuñez

Diagramación: Kriseida Vallejo

---

#### Créditos:

Bernard McCaul, Director Regional de GOAL LAC y Subdirector del Programa Global de GOAL

Luigi Loddo, Director de País GOAL Honduras

Ana Luisa Nuñez, Coordinadora Unidad Barrio Resiliente

Equipo del Proyecto: Kathy Murillo, Ena Almendarez, Brenda Antunez, Odalin Ortez, Daniel Mondragón, Carlos Díaz, Gloria Flores, Karla Andino, José Luis Palma, Keila Zorto, Alejandro Ordoñez, Ricardo Villafranca, Denys Barahona, Jorge Betancourth, Jorge Tejeda.

Sahady Mencía y Alejandra Martínez, Comunicaciones GOAL Honduras.

---

#### Autoridades del Gobierno Local:

Nasry Juan Asfura Zablah, Alcalde Municipal del Distrito Central, Honduras

Cynthia Borjas, Jefa de Despacho Municipal, Coordinadora Unidad Municipal de Gestión Integral del Riesgo

Fanny Mejía, Directora de Gestión Comunitaria y Desarrollo Humano

Gabriela Paredes, Coordinadora del proyecto Barrio Resiliente de la Alcaldía Municipal del Distrito Central

---

Esta publicación puede ser reproducida total o en partes, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico, mecánico, fotocopiado o de otro tipo, siempre y cuando se cite la fuente.

---

Este documento fue posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos, a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El contenido de este documento es responsabilidad de GOAL, y no necesariamente refleja el punto de vista de USAID, el gobierno de los Estados Unidos.

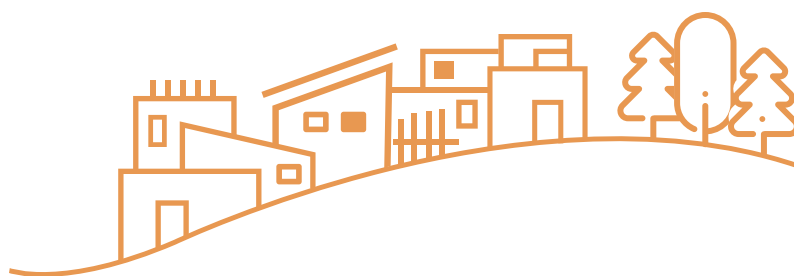
---

Para mayor información acerca de esta publicación, puede visitar el sitio Web de GOAL:

[www.goalglobal.org](http://www.goalglobal.org)

Facebook @GOALLATAM Twitter @GOAL\_Honduras





## ÍNDICE

Introducción	5
<b>El Rol de los Pregoneros en los Sistemas de Alerta Temprana 4</b>	<b>7</b>
<b>I. Descripción del Origen de la metodología</b>	<b>7</b>
<b>II. Acerca de la metodología</b>	<b>9</b>
<b>III. Pasos para desarrollar la metodología</b>	<b>11</b>
<b>IV. Preparación de la logística y estructura operativa de la campaña</b>	<b>15</b>
<b>V. Desarrollo de la campaña</b>	<b>21</b>
<b>VI. Monitoreo de la efectividad de las campañas</b>	<b>23</b>
<b>VII. Periodicidad de las campañas</b>	<b>24</b>
<b>VIII. Recomendaciones globales a considerar para mayor efectividad</b>	<b>25</b>



## Introducción

GOAL internacional por alrededor de 11 años ha venido desarrollando procesos de construcción de opinión pública y sensibilización comunitaria para promover una cultura de prevención de riesgos a desastres.

Partiendo de los análisis de tiempos efectivos de participación de los vecinos de los asentamientos informales se analizó la necesidad de extender los procesos a nivel personalizada llegando así a la persona misma que vive en el barrio y que muchas veces no participa de actividades comunitarias, pero sí están disponibles a que les visiten en sus casas, negocios, medios de transportes o donde asisten a sus centros médicos. Por otro lado, la población estudiantil muchas veces no tiene acceso a entrenamientos específicos de reducción de riesgos a desastres.

Por lo anterior se diseñó e implemento las campañas de pregoneros de la prevención que han sido desarrolladas en más de 35 barrios del Distrito Central y en alrededor de 2,000 negocios en los mercados de Comayagüela en Honduras.

El presente documento explica todo el proceso detallado de lo que consiste las campañas de pregoneros de la prevención y la guía del paso a paso del cómo implementarla.

**Objetivo del documento: Facilitar la orientación técnica a técnicos de proyectos que desarrollaran en área de intervención campañas de concientización públicas para aportar a procesos de cambios social y de comportamiento.**





# El Rol de los Pregoneros en los Sistemas de Alerta Temprana

## I | Descripción del Origen de la metodología

Pregonero es una palabra que se refiere a una proclama que se pronuncia públicamente para que la mayor cantidad de gente posible tome conocimiento de la información difundida. Los pregoneros eran muy importantes en la antigüedad, cuando no existían medios de comunicación masiva.

Su origen se remonta a tiempos del Imperio Romano, y durante siglos fue el medio de comunicación y publicidad más eficiente.

El origen etimológico del término *praevocare*, deriva de la palabra *"praeco"* que puede traducirse como *"pregonero"* y que se encuentra conformada por dos partes: el prefijo *"prae"*, que significa *"antes"*, y el verbo *"vocare"*, que es sinónimo de *"llamar en voz alta"*.

El pregonero era antiguamente en España y sus colonias, el oficial público que en alta voz daba difusión a los pregones, (el pregón es un acto de promulgación en voz alta de un asunto de interés para el público y, particularmente, el acto con el que se inicia una celebración. Pronto se acompañaron de música, pasando de un modo de venta para convertirse en un género musical), para hacer público y notorio todo lo que se quería hacer saber a la población.

Retomando la importancia de los pregoneros en la antigüedad y la necesidad de promover una cultura de prevención de riesgos a desastres, GOAL implementa a partir del año 2010 la metodología de "Pregoneros de la Prevención" en los proyectos de gestión integral del riesgo de desastres que ha implementado a lo largo de los años en barrios y colonias altamente vulnerables de las ciudades de Tegucigalpa y Comayagüela del Distrito Central en Honduras con el fin de sensibilizar a las familias que viven en zonas de riesgo a desastres, niñez y juventud de los centros educativos, locatarios/as de los mercados de Comayagüela, pulperías y negocios en general, centros de salud, y usuarios que se movilizan en unidades de transporte urbano e interurbano, y población en general.



## II | Acerca de la metodología

Los/as Pregoneros de la Prevención son personas de la comunidad que generalmente son miembros de las estructuras comunitarias de atención a emergencias, desarrollo, o grupos de jóvenes, estos pasan por un proceso de sensibilización a través de diferentes capacitaciones en temas relacionados a la reducción de riesgos a desastres (RRD). A los pregoneros/as se les capacita sobre diferentes técnicas que deben manejar para poder enseñar/compartir/sensibilizar sobre la temática de RRD, utilizando para ello: rotafolios, mapas, trifolios y afiches. Como premio a los participantes (familias, niños, etc.) que dan sus respuestas correctas y que refuerzan el tema abordado se les entregan incentivos tales como: llaveros, cintas, camisetas, calcomanías y libretas, conteniendo mensajes alusivos a la prevención y preparación ante emergencias.

La finalidad de la metodología es establecer conversaciones constructivas para la sensibilización, orientación a la prevención de desastres, la preparación comunitaria y familiar; siguiendo un guion que le permite dar una introducción, luego analizar la situación de las comunidades y reflexionar sobre el conocimiento en el tema de la prevención y preparación ante emergencias y desastre. En el transcurso de los distintos diálogos el pregonero de la prevención facilita incentivos (llaveros, cintas, camisetas, calcomanías y libretas) a los usuarios que compartían las respuestas correctas y que reforzaran el tema abordado. Estos distintivos contienen mensajes alusivos a la prevención y preparación ante emergencias.

### **Opiniones de los pregoneros de la prevención consultados en grupos focales en Tegucigalpa, Honduras desde la experiencia de GOAL**

“Aprendimos a no tenerle miedo a la gente”<sup>1</sup>.

“Al principio nos daba temor, nos sentíamos como inseguras de que las personas nos atendieran”<sup>2</sup>.

“Con miedo tocábamos las puertas yo le decía a Doña Mercia, voy a llegar a ver allí si me atienden”<sup>3</sup>.

“Pero como ustedes nos han enseñado como llegarle a la gente”<sup>4</sup>.

---

1. Opinión de la señora Mercia Munguía, en desarrollo de grupo focal, agosto 2017.

2. Opinión en grupo focal de la Señora Mercia Munguía, agosto 2017.

3. Grupo focal desarrollado con los pregoneros/as, opinión de la Sra. Sandra Martínez, agosto 2017.

4. Opinión de la Sra. Laura Munguía, participando en grupo focal de pregoneros/as, agosto 2017.

“En el colegio yo me acuerdo el maestro de mi sobrina, eso de colocar la hoja y ponerse a lavar las manos ahora el implementa eso”<sup>5</sup>.

“Los niños ponían mucha atención, ellas eran muy dinámicas, las muchachas les preguntaban una cosa y ellos contestaban”<sup>6</sup>.

“¡¡¡El lavado de manos que nunca se me olvida, que bonito!!! fue un proyecto tan inolvidable que todavía los niños lo recuerdan, porque nos hacen preguntas”<sup>7</sup>.

Los temas abordados desde la experiencia de GOAL han sido: Reducción de Riesgos a desastres, Protección a los medios de Vida, Prevención de Incendios, Practicas para la conservación del Medio Ambiente, Sistemas de Acción y Alerta Temprana, Prepárate para la Respuesta en tu Hogar con enfoque a las personas con discapacidad, Sismos y Triángulo de Vida.

Para desarrollar esta metodología es necesario elaborar el diseño, el cual comprende la definición del objetivo, grupo meta, duración, pasos para la implementación (comprenden estrategias de abordaje), días y horarios de campaña, guiones de los temas de divulgación y monitoreo de la efectividad de las campañas.

Las campañas incluyen la distribución de material divulgativo y de sensibilización esto varía según el público meta, tales como: brochures, libretas, llaveros, afiches, botones, camisetas, cuadernos y lápices, foquitos, calcomanías, bolsos, sombrillas, delantales y abanicos.



5. Grupo focal desarrollado con los/as pregoneras, opinión brindada por la Sra. Yolanda David, agosto 2017

6. Opinión brindada por la Sra. Yolanda David en grupo focal con pregoneros/as, agosto 2017

7. Opinión brindada durante el desarrollo del grupo focal con pregoneros/as, por la Sra. Mercia Munguía, agosto 2017.

### III | Pasos para desarrollar la metodología

#### Diseño de la campaña de pregoneros de la prevención

- 1. Definición del objetivo:** Se recomienda promover el uso de la metodología de pregoneros de la prevención como parte de estrategias de comunicación para promover cambios sociales y de comportamiento en relación al tema de la reducción de riesgos a desastres.
- 2. Grupo meta:** de acuerdo con el grupo meta, por ejemplo, adultos, jóvenes, niñez debe de considerarse los contenidos y el diseño de la campaña. De acuerdo con las características de aprendizaje y temas de interés las campañas se debe considerar el diseño del material didáctico a utilizar.

Ejemplo:

Adultos jefes (as) de hogar: Interesados en prácticas que les ayude a mejorar las condiciones de su vivienda, así como las rutas y sitios seguros hacia donde evacuar en caso de emergencias.

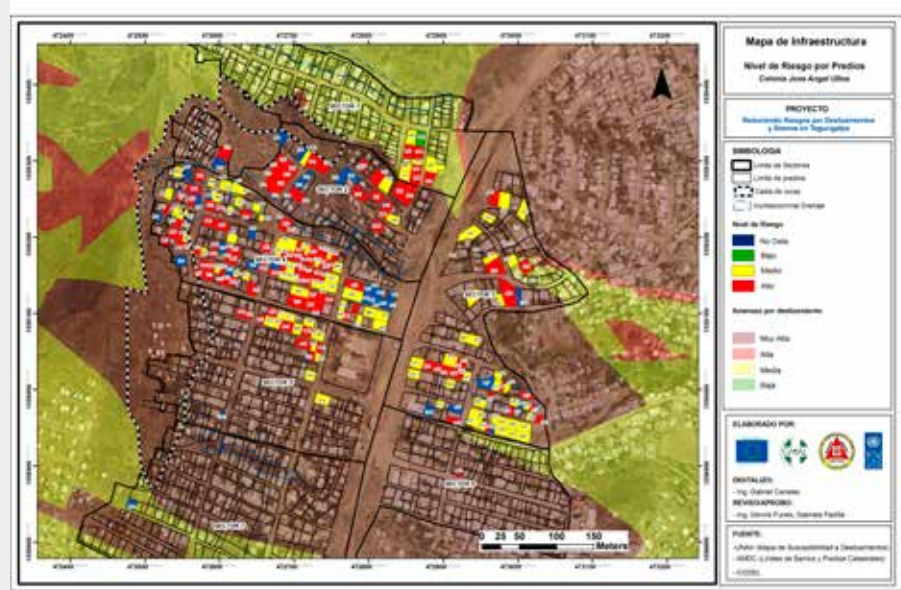
- 3. Focalización de territorio en donde habita el grupo meta:** basándose en la premisa de la reducción de riesgos a desastres, la focalización de los sitios a visitar por los pregoneros serán las zonas de alto y medio riesgos a desastres.

Ejemplo:

Basados en los mapas de amenaza o mapas de riesgo comunitario, así como los registros recurrentes de sitios de afectación son guías que orientan la focalización de las zonas de prioridad para ser objetivos de concientización de las campañas de pregoneros.



Identificación de las viviendas, puestos de los vendedores, puntos de autobuses, centros educativos, negocios, que presentan mayor afectación en caso de inundaciones y deslizamientos, esta tarea debe de realizarse de manera conjunta con las/os miembros del Comité de Emergencia Local.



**4. Duración:** se recomienda establecer una duración corta y recurrente de la campaña de pregoneros para asegurar que la periodicidad favorezca la adopción de un conocimiento que posteriormente puede conllevar a una práctica de reducción de riesgos a desastres.

Se recomienda no exceder 15 minutos para el desarrollo del contenido de la campaña que será compartida con el grupo meta.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Campaña en SAAT				X
Campaña				X
	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Campaña en SAAT			X	
Campaña			X	
	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Campaña en SAAT	X			
Campaña		X		

Adicionalmente según el grupo meta priorizado para la campaña se deben considerar días y horarios que pueden ser efectivos para la participación y concentración del interés del grupo meta.

Ejemplo:

Mujeres que permanecen en casa al cuidado de los hijos y para el desarrollo de labores domésticas normalmente no están disponibles en horarios de **10:00 a.m. a 2:00 p.m.** por las diferentes actividades que demanda su hogar.

Los niños que permanecen en centros educativos son de fácil abordaje en disponibilidad de horario según se consensue con el personal docente.



## 5. Diseño y reproducción del material de concienciación:

Se elabora un guion base del contenido principal que comprenderá la campaña, ajustado a la información más relevante para toma de conciencia y decisiones por parte del grupo meta que será el receptor del mensaje.

Basado en este guion se elabora el material didáctico que utilizarán los pregoneros (normalmente pueden ser rotafolios, laminas estilo poster o brochure o maquetas) y el material que se entregaran a los participantes (normalmente un brochure tamaño tabloide con contenidos claves y a full color para facilitar su comprensión y generar interés en la lectura).



*Tips: El material a producir debe ser lo suficientemente grafico para facilitar el aprendizaje*

Este material debe ser validado a nivel comunitario para asegurar que los pregoneros comprenderán el contenido con el cual serán debidamente capacitados y para verificar que el material que se entrega a los participantes (grupo meta) es comprensible didácticamente.

Para ello se recomienda realizar un pequeño grupo focal a fin de validar los contenidos y la forma de presentación de los mismos.



## IV | Preparación de la logística y estructura operativa de la campaña

- 1. Reproducción del material didáctico para uso de los pregoneros:** una vez se tenga la validación completa de los contenidos del material, se procede a reproducir el mismo para ser utilizado en el proceso de entrenamiento de los pregoneros y el desarrollo de la campaña misma. Así mismo considerar la reproducción del material didáctico para grupos meta.





- 2. Compra de incentivos para el grupo meta:** Las campañas de pregoneros se caracteriza por ser lúdicas, en ese sentido se considera relevante realizar la compra de materiales que sirven como premiación o incentivos para la participación del grupo meta. Se recomienda que estos materiales sean diseñados con mensajes alusivos a comportamientos afirmativos de RRD.

Llaveros	Libretas	Abanicos manuales	Calendarios	Delantal para cocina	Gorras	Camisas	Bolsos	Sombrillas

- 3. Selección de pregoneros de la prevención:** A través del liderazgo comunitario se sugiere realizar la identificación/selección de las personas que participaran como pregoneros de la prevención. A continuación, se detallan los requisitos.

NIVEL	OBSERVACIONES
<p>1. <b>Mayor de edad</b></p> 	<p>Indispensable.</p>
<p>2. <b>Habitantes de los barrios</b></p> 	<p>Por el hecho de vivir en los barrios al momento de realizar las visitas domiciliarias y recorridos comunitarios tienen mayor aceptación por sus vecinos.</p>
<p>3. <b>Habilidad de expresión y de hablar en público.</b></p> 	<p>El público meta pueden ser habitantes de los barrios, usuarios de autobuses, niños/as/jóvenes, maestros de centros educativos, locatarios de los mercados, propietarios de negocios y pacientes de centros de salud.</p> <p>Es importante que el pregonero tenga o desarrolle facilidad de comunicación para poder entablar una conversación guiada sobre el tema a tratar con el público meta.</p>
<p>4. <b>Destrezas en la improvisación, ademanes y jocosidades.</b></p> 	<p>Se busca el estilo de los pregoneros que suben a los buses a ofrecer los productos de medicina y otros. Aquellos que en esa labor captan la atención del pasajero hasta persuadirlos para realizar una compra del producto que venden.</p> <p>Se valorará experiencia previa que pueda demostrar este requisito.</p>
<p>5. <b>Disponibilidad de horarios flexibles.</b></p> 	<p>Horarios alternos durante el día (pudiendo iniciar a las 6:00 am, con lapsos de descanso, finalizando a las 4:00 pm.)</p>

NIVEL	OBSERVACIONES
<p>6. <b>Personas conocedoras sobre el tema de gestión de riesgo a desastres</b></p> 	<p>Esto facilitará su capacitación en los diferentes temas a abordar con el público meta.</p>
<p>7. <b>Cursante de diversificado o egresado de educación media o superior (un requisito deseable pero no indispensable).</b></p> 	<p>Se requiere que el pregonero memorice frases y temas que deberá desarrollar y debatir con el público meta. Por ello sería deseable contar con personas que tengan algún grado avanzado de escolaridad.</p>

4. **Reunión con los Pregoneros de la Prevención:** Una vez seleccionadas (os) los pregoneros es necesario desarrollar una reunión preparatoria para explicar el desarrollo de la campaña y acordar las coordinaciones necesarias. A continuación, se detallan algunos temas a tratar:

PUNTOS DE DISCUSIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><b>Socialización de la campañas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Explicar el objetivo de la misma.</li> <li>✓ Las áreas priorizadas para el desarrollo de campaña.</li> <li>✓ El grupo meta que será el objetivo.</li> <li>✓ Sensibilización sobre el tema a tratar en la campaña a fin de asegurar el compromiso de los pregoneros con la temática y la labor a realizar</li> </ul>

PUNTOS DE DISCUSIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><b>Socialización de la campañas</b></p>	<div data-bbox="639 331 1198 764" data-label="Image"> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Días y horarios sugeridos para el desarrollo de la campaña.</li> <li>✓ Matrices de control de grupos metas abordados (listados).</li> <li>✓ Mecanismos de monitoreo de la efectividad de la campaña.</li> </ul>
<p><b>Normas de comportamiento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se explican las normas básicas de comportamiento durante el desarrollo de las campañas, incluye y no se limita a: saludos corteses, evitar confrontaciones, cumplimiento de los horarios, rendición de cuentas del número de personas abordadas en la campaña.</li> </ul>
<p><b>Mecanismos de seguridad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Previamente se realiza un reconocimiento de los riesgos sociales que existen en los barrios, se identifican cuales son los sitios de mayor riesgo para los pregoneros a fin de evitar transitar por esos lugares e identificar con que otros mecanismos de sensibilización pública puede llegarse a los grupos meta.</li> <li>✓ Los elementos principales de seguridad comprenden: áreas de transito seguro, horarios de las campañas, recorridos en grupos y acompañados del liderazgo comunitario, el uso apropiado de la visibilidad, protocolos de actuación en caso de incidentes, material de bioseguridad.</li> </ul>

PUNTOS DE DISCUSIÓN	DESCRIPCIÓN
<b>Entrega de visibilidad institucional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Camisetas, carnet, gorras, chalecos</li> </ul>
<b>Revisión de mapas, planos y distribución de viviendas por pregonero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organización de los grupos según los territorios a cubrir y los horarios.</li> <li>✓ Establecimiento de líderes supervisores.</li> <li>✓ Definición de las asignaciones para el desarrollo de las campañas.</li> <li>✓ Definición de metas diarias.</li> </ul>
<b>Mecanismos de seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Socialización de políticas de protección y salvaguardia.</li> <li>✓ Firma de los pregoneros a las políticas</li> </ul>

- 5. Entrenamiento:** Se desarrolla una agenda de capacitación con una duración entre 6 y 8 horas que permite organizar el proceso de entrenamiento, simulaciones y practicas para asegurar la transmisión del conocimiento técnico y el desarrollo de las habilidades en el desarrollo del mensaje al grupo meta. Para la capacitación se debe de llevar el material didáctico que servirá de apoyo a las (os) pregoneros.

Algunos puntos relevantes a enfatizar en los procesos de simulación son: la forma del saludo, los gestos corporales, el manejo efectivo del tiempo, las ideas claves a enfatizar, como entregar los incentivos o premios.



Si se observan dificultades en el aprendizaje, se recomienda evaluar el proceso, hacer ajustes y realizar otros reforzamientos a fin de garantizar que las (os) pregoneros estén con los conocimientos y las habilidades necesarias para un buen desarrollo.



## V | Desarrollo de la campaña

1. **Instrucciones del día:** el líder o lideresa el grupo de pregoneros realiza un pequeño repaso de las actividades a realizar, los mecanismos de comunicación, normas de comportamiento, mecanismos de seguridad, meta del día y áreas del territorio a cubrir.



2. **Desarrollo de las visitas de sensibilización:** cada pregonero con su material didáctico e incentivos realiza las visitas y desarrolla el contenido de la campaña con su público meta. Las (os) pregoneros entregan los incentivos/premios a las personas abordadas. Cada pregonero deberá solicitar a las personas que firmen el listado de control, adicionalmente se solicita su número de contacto para que posteriormente participe de un proceso de evaluación de retención del conocimiento.



3. **Para fines de control de calidad y monitoreo del aprendizaje:** se recomienda que se realice aleatoriamente un muestreo durante el día de la campaña para evaluar que comprendió la persona abordada esto permitirá revisar que tan efectivo es el pregonero en su trabajo y que tan clara fue la información proporcionada. Esto sirve para identificar que se debe reforzar en las (os) pregoneros para mejorar el proceso
4. Para fines de documentación y sistematización simultáneo a las visitas se realizaron tomas de fotografías y videos cortos de las jornadas.
5. **Jornada diaria de retroalimentación:** el liderazgo de las(os) pregoneros realiza una reunión al finalizar el día para conocer la experiencia del día, lo que fue fácil realizar, las dificultades encontradas (se discute como pueden ser solventadas), la revisión del cumplimiento de metas, revisión del correcto llenado de los listados de control. Finalmente se retroalimenta acerca de los hallazgos en el control de calidad y monitoreo de aprendizaje de la campaña desarrollada durante ese día y se establecer las acciones correctivas y/o énfasis en las buenas prácticas que otros pueden retomar.



6. Así sucesivamente se realiza un proceso cíclico semanal de los pasos anteriores.
7. **Pago de estipendio:** Las (os) pregoneros reciben un estipendio módico que les permite sufragar sus costos de uso de celular, datos de internet, compra de agua, alimentación y a veces hasta movilización interna dentro de los barrios (para aquellos que son extenso geográficamente).

## VI | Monitoreo de la efectividad de las campañas

1. Se recomienda realizar una evaluación previa para conocer el estado de conocimiento que será abordada en la campaña con la finalidad de tener una línea base.
2. **Evaluación de la retención del conocimiento:** El personal de monitoreo y evaluación debe realizar visitas aleatorias programadas al menos 2 meses después de desarrollada la campaña para evaluar el conocimiento retenido del grupo meta.

Esta evaluación debe planificarse evidenciando gráficamente algunos contenidos claves de la campaña a fin de poder realizar las preguntas y facilitar la discusión.



## VII | Periodicidad de las campañas

1. De acuerdo con el aprendizaje del ser humano, se parte de la conclusión que es importante desarrollar una repetición de las campañas de pregoneros de la prevención sobre todo en los periodos que son más propensos a ser afectados por desastres con el objetivo de promover conductas de RRD.



2. Se sugiere retomar los pasos de las secciones anteriores para desarrollar las próximas campañas.

### Experiencia en Centros Educativos

#### Entrevista maestra:

“Los pregoneros que vinieron a dar la charla acerca de cómo nosotros queríamos que el ambiente cambiara, incluso a ellos también les gusto porque de esa manera ellos se dieron cuenta que viven en una zona vulnerable donde deben de tener mucho cuidado en todo sentido”. *Maestra Nubia Velásquez Peña, 4to grado, Escuela José Ángel Ulloa.*

“Para ellos fue algo nuevo porque nunca habían tenido esas actividades aquí en la escuela”

“Para mí fue un taller productivo porque yo lo que hice fue trabajar con todas las asignaturas, de paso ellas tenían exposiciones, de paso ellos trabajaban con artística, en esta clase trabajamos con materiales reciclados y ellos se dieron cuenta que estaban aprendiendo lo que otros botan ellos lo recogían para hacer trabajos.”

## VIII | Recomendaciones globales a considerar para mayor efectividad

1. Identificar en el mapa de riesgo las zonas a intervenir, separando aquellas zonas que representan inseguridad para la vida de los pregoneros, técnicos y las personas que los acompañan.
2. Al realizar las visitas a las familias y locatarios de los mercados el grupo de pregoneros siempre debe de estar acompañado por líderes reconocidos, esto generará mayor aceptación por la población y por ello más personas serán concientizadas.



3. Antes de realizar las visitas se debe identificar con los líderes comunitarios la disponibilidad de días y horarios de los habitantes de las colonias.
4. Al visitar los barrios y colonias algunos líderes pueden ser vinculados a actividades políticas dificultando la intervención con las familias, por lo que se debe preferir que los acompañantes en lo posible no tengan ninguna filiación política.
5. En los centros educativos, se debe de contar con el permiso del director/a, ya que este comunicará al resto de los maestros/as de la actividad y de esta manera puedan permitir al pregonero el desarrollo de la misma.



6. Para la realización de las campañas de sensibilización en los centros educativos (escuelas y colegios), se recomienda seleccionar jóvenes (varones y mujeres) como pregoneros, mostrando los participantes receptividad de los temas.



7. El involucramiento del personal de monitoreo y evaluación al realizar las pruebas de conocimiento antes y después de la campaña, es de suma utilidad ya que a través de los resultados se puede verificar el aprendizaje de los niños, niñas y maestros/as.
8. Al desarrollar la metodología con personas que utilizan autobuses, se deberán seleccionar aquellas terminales donde converjan los pobladores de las colonias a intervenir.
9. Los rotafolios que se elaboren para utilizarlos en los mercados y negocios, el contenido de los mismos debe ser condensado, ya que los locatarios no cuentan con mucho tiempo para poder atender al pregonero, pues deben de atender a su clientela.
10. El líder del grupo responsable deberá ser en lo posible una persona que tenga la habilidad de relacionarse con otras personas de manera respetuosa, buen trato a los demás, comunicador/a, conciliador/a, capacidad de adaptación y conocedor/a de normas de seguridad básica en el terreno.
11. De preferencia seleccionar a los pregoneros que vivan en la misma zona de intervención, esto por la aceptación de los vecinos al realizar las visitas.
12. Cuando se desarrollen estas acciones en periodos largos (días, meses), se lleve a cabo una retroalimentación semanal, donde participen el gerente de proyecto, el líder del grupo y los pregoneros, para resolver cualquier situación dada durante la semana, recordar y revisar los lugares a visitar la siguiente semana y repasar las políticas de seguridad para disminuir el riesgo de todos los involucrados durante las visitas.
13. En el caso que las campañas se desarrollen en medios de transporte se recomienda gestionar el permiso al sindicato de transporte urbano. Así como la presentación de los pregoneros al sindicato de transporte urbano. A fin de conocer motoristas y cobradores que trabajan en los buses en los cuales se estarán desarrollando las campañas.



# Barrio resiliente

## Proyecto Barrio Resiliente

“Construyendo ciudades resilientes a través de barrios resilientes”  
Asociación GOAL Internacional, 2021

