



Mòdulo 3

Análisis de participantes

Introducción al módulo



Módulo 3:
Análisis de
participantes

Los participantes, son personas y organizaciones que tienen relación directa con el Proyecto, o que de alguna manera puede tener un interés en él. Los participantes, pueden influir positiva o negativamente en la ejecución y/o término del proyecto o sus resultados.

Los participantes pueden tener diferentes intereses e influencias. El análisis de los participantes en una estrategia de comunicación, ayuda a determinar los métodos de comunicación (canales, herramientas), y las formas de acercamiento dependiendo del perfil del participante. Durante el análisis de participantes, determinamos cuáles son las maneras adecuadas para cada grupo de recibir información, según sus características culturales, educativas, socioeconómicas. A través de este análisis, podemos diseñar métodos de comunicación eficientes y adaptados a cada tipo de participante.

En el sector de trabajo sin ánimo de lucro, los participantes no sólo están interesados en lo que puedes ofrecer, sino en el por qué lo estás ofreciendo – se interesan en tu visión, misión, principios, y en cuál será el cambio social que aquello que ofreces puede traer. Si los participantes no establecen una relación con tu visión, no estarán interesados, o pueden influir negativamente en tus proyectos. (Sobre la Visión, Misión y Valores, ver el Módulo 2).

Importante: ¡No tienes que tocar a TODO EL MUNDO! Tienes que tocar a la gente apropiada, que se interese por tu visión y sienta pasión por tus actividades. El constituir un grupo de personas que te apoyan de manera activa es más importante que llegarle a una audiencia grande que se mantienen pasivos.

No lo olvides: el análisis de participantes tiene que ser actualizado periódicamente, porque las tendencias cambian, y también cambian las tipologías de las personas que se interesan por tus proyectos.

En este módulo puedes aprender acerca de:

- los diferentes perfiles de participantes
- métodos para analizar y administrar los participantes



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Analizando el perfil de los participantes

Hay cuatro elementos básicos que debes analizar sobre tus participantes:

1) Su nivel de conciencia y conocimiento:

¿Cuánto saben acerca de tu organización? ¿Tienen la información adecuada sobre tí? ¿Cuánto conocen sobre las problemáticas sociales que estás tratando de resolver?

2) Su comportamiento actual:

¿Cuáles son las actitudes que quieras cambiar (actitudes negativas) o reforzar (actitudes positivas)? Por ejemplo, ¿quieres que los participantes estén más envueltos en tus actividades? ¿O quieres sensibilizarlos sobre problemáticas de las que no están concientes?

3) Sus métodos escogidos para recibir información:

¿Tiene acceso a medios electrónicos? ¿Tiene barreras para recibir información (por ejemplo, son analfabetos)? ¿Existe una manera tradicional o popular de comunicarse al interior de su grupo? ¿Se niegan a usar algunos tipos de comunicación por reservas éticas o de principios?

4) Sus razones para interactuar o interesarse:

¿Por qué estarían interesados en tus proyectos? ¿A qué obstáculos pueden enfrentarse para recibir información? (Por ejemplo, barreras de lenguaje, obstáculos geográficos, tabúes culturales, etc.)





Ejemplos de tipos de participantes:

Los participantes pueden ser diversos, según sus categorías. Estos son algunos tipos de participantes típicos:

Beneficiarios directos: Personas que se benefician y están relacionados con tus actividades directamente. Por ejemplo: Participantes en una actividad de la organización.

Beneficiarios indirectos: Personas que se benefician de tus actividades, pero que no participan en ellas directamente. Las actividades que implementes tendrán un impacto positivo en su situación. Por ejemplo: una campaña de incidencia, si tiene cambios a nivel de política, puede traer un cambio positivo en la situación de estas personas.

Participantes con poder de decisión: Personas que pueden influir en decisiones de alto nivel, por ejemplo, cambio a nivel de política pública, o decisiones sobre inversiones económicas, etc. ¡No necesariamente están envueltos en política! They are not necessarily involved in politics! Pueden ser personas con una red de contactos importante; u organizaciones que participan de decisiones institucionales; o profesionales con poder económico y/o social etc.

Responsables políticos: Personas que son responsables de diseñar e implementar las políticas; cuyas decisiones pueden tener influencias muy marcadas en tus actividades y en la vida de tus beneficiarios.





Mòdulo 3: Análisis de participantes

Instituciones públicas: Además de las autoridades locales, instituciones como escuelas, universidades, servicios sociales, etc. Pueden interesarse por tus proyectos, especialmente cuando estos proyectos tienen el mismo público objetivo. Sus capacidades administrativas pueden influir en gran medida en tu proyecto.

Medios de comunicación: Miembros de la prensa, la radio y la televisión, que pueden darle una mayor visibilidad a tus proyectos u organización, o pueden crear una percepción pública negativa acerca de ti.

Comunidades (grupos): La comunidad del sector donde trabaja la organización; las comunidades de los beneficiarios: sus amigos, familias, las instituciones públicas (escuelas, corporaciones), etc. muchas veces pueden tener un impacto en la opinión y comportamientos de los beneficiarios.

Organizaciones hermanas: Otras organizaciones que están implementando los proyectos junto a tu organización. Para una colaboración eficiente, la información debe ser transmitida a la organización hermana en una manera suficiente.

Otras organizaciones: Organizaciones que comparten tu visión, misión y principios; organizaciones que trabajan en el mismo sector, o que tienen los mismos beneficiarios; u organizaciones que pueden beneficiarse de los resultados de tus proyectos.

Profesionales: Personas que trabajan en la misma materia que tu organización.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





Analizando la influencia de los participantes

Para cada participantes, tienes que analizar sus capacidad y el interés que muestren en tu proyecto.

Un participante con baja capacidad, es aquel que no tendrá mucha influencia en tu proyecto. Un participante con alta capacidad, puede hacer el implementar un proyectoo, imposible. Un participante con bajo interés es indiferente a tu proyecto; uno con gran interés puede apoyar tu proyecto de manera clara y efectiva, o por el contrario, constituir un obstáculo.

De acuerdo a estas definiciones, puedes ubicar los diferentes tipos de participantes en el siguiente cuadro, y utilizar la estrategia de comunicación adecuada para cada uno:





MONITOR: Comunícate con estos participantes vía correo electrónico, reportes escritos, etc. Ellos tal vez no estén interesados en hablar directamente contigo, pero debes darle la oportunidad de que se informen sobre tu proyecto, en caso de que decidan hacerlo.

MANTENER INFORMADO: ¡Procura estar siempre disponible y pendiente de estos participante! Always be available and supportive to these stakeholders! Estas son las personas que pueden beneficiar tus actividades o influir en la opinión pública sobre ti. Mantén un contacto diario con ellos, alimenta esas relaciones de trabajo cercanas.

MANTENER SATISFECHO: Mantenlos informados a través de correo electrónico e informes escritos (tal vez no los lean inmediatamente). Debes estar pendientes de ellos, ya que en caso de que se muestren interesados en tus proyectos, pueden influir profundamente en tu trabajo. Reúnete regularmente con ellos, para estar al tanto de su nivel de interés y/o crear una buena relación.

ACOMPAÑAR DE CERCA: Ponle especial atención a este grupo: pueden y quieren tener mucha influencia sobre tu trabajo. Mantén reuniones en persona regularmente, además de encuentros en espacios informales (almuerzos, eventos sociales, etc.), pero no olvides informarlos de manera oficial sobre lo que estás haciendo (a través de informes,





Modelos para el análisis y la administración de los participantes

Aquí, te proponemos tres modelos de análisis y administración de participantes que puedes combinar y modificar.

Modelo 1

Grupo de Participantes	¿Por qué están interesados?	¿Qué pueden influir o aportar?	¿Cómo establecemos conexión con ellos?	¿Cómo los integramos al proceso?
<p><i>Ejemplo: Servicios sociales de la administración municipal</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Tenemos el mismo público objetivo- No pueden ofrecer las mismas actividades que nosotros podemos por falta de presupuesto- Nuestras actividades pueden reforzar el impacto de sus actividades	<ul style="list-style-type: none">- Pueden facilitar el acceso y la interacción con los beneficiarios- Pueden influir en la opinión de la administración municipal (responsable de las decisiones políticas) sobre nuestra organización	<ul style="list-style-type: none">- Correo electrónico, teléfono- Encuentros en persona	<ul style="list-style-type: none">- Grupos focales frecuentes o momentos de evaluación del proyecto





Modelo 2

Objetivos de la organización	Grupo de participantes	Mensaje	Vías de comunicación	Productos
<p><i>Ejemplo: Incrementar el número de beneficiarios y la necesidad por nuestras actividades y servicios</i></p>	<p><i>Participantes directos e indirectos</i></p>	<p>Nosotros le ayudamos a tu amigo/familia/ colega/vecino a superar sus problemáticas, a ti también podemos ayudarte</p>	<ul style="list-style-type: none">- página web, redes sociales- correo físico- publicidad en medios locales (periódicos, banners)- eventos públicos- voz a voz	<ul style="list-style-type: none">- flyers, pamfletos- cortos de video- pendones





Modelo 3

Participante	Su rol	¿Cuánto le afecta el proyecto?	¿Cuánto puede (el o la participante) afectar el proyecto?	Principal objetivos del participante	¿Cómo puede aportar o interferir el o la participante?	La mejora manera de administrarlo/a	Contactos
El equipo de la organización	Implementar y ejecutar el proyecto	Mucho/poco (El éxito del proyecto puede contruibuir a la estabilidad y permanencia del equipo en la organización)	Mucho/poco	Sentirse valorado, sentir el trabajo como un compromiso de equipo, tener estabilidad económica, contrinuir a la misión de la organización	Tiempo y energía, conocimientos específicos, siendo honesto y responsable, incluyendo sus propios contactos personales y profesionales	Retroalimentaciones regulares sobre su trabajo, comunicación regular sobre los resultados del proyecto (de corto y de mediano plazo), comunicación clara y transparente de las expectativas sobre su trabajo; establecer confianza hacia los directores de la organización, actividades para mejorar el trabajo etc.	Lista de contactos de teléfono y correo electrónico; eventualmente, contactos de redes sociales





Ejercicio:

Escoge uno de los modelos, y analiza por lo menos uno de los participantes de esta organización:

Nombre de la organización: Herodotus

Objetivo: Concientizar a las personas acerca de la manipulación de los medios de comunicación, e indagar por la información presentada por éstos; para empoderar a la comunidad para que accedan a información con un enfoque crítico.

Actividades: La organización tiene un blog donde publican los resultados de sus investigaciones. Además, organizan encuentros para analizar noticias importantes de la actualidad. Algunas veces, la organización realiza talleres con jóvenes, sobre el uso de los medios de comunicación, ventajas y desventajas de las redes sociales, etc.

Público objetivo: El público general, personas con nivel educativo medio o bajo, personas analfabetas, jóvenes en general y responsables de decisiones

Información adicional: El personal de la organización está compuesto por periodistas; es un grupo interdisciplinario de personas. La organización lleva trabajando 5 años.

La cantidad de lectores del blog es pequeña, y tienen dificultades vinculando personas en situaciones de desventaja en sus actividades (personas analfabetas, personas con limitaciones económicas, personas con bajo nivel educativo); la organización ofrece sus actividades de manera gratuita, por lo que enfrentan situaciones económicas difíciles y el sostenimiento de esas actividades es precario; además su trabajo actualmente no cuenta con apoyo de la administración municipal.





Posibles soluciones:

Modelo 1

Grupo de participantes	¿Por qué están interesados?	¿En qué pueden aportar?	¿Cómo podemos establecer contacto con ellos?	¿Cómo podemos comprometerlos?
Beneficiarios: personas analfabetas de la comunidad o del sector	Quieren conocer información sobre los asuntos que pueden afectar sus vidas, explicada de manera simple	No tienen una posición de poder importante, pero pueden apoyar la organización como grupo e influir en la opinión pública	A través de eventos sociales, reuniones en persona (formales e informales), a través del voz a voz, radio y televisión (canales audiovisuales)	Podemos comprometerlos como voluntarios de la organización, y pueden ser un punto de referencia para personas de su comunidad





Modelo 2

Objetivo de la organización	Grupo de participantes	Mensaje	Canales de comunicación	Productos
<p>Sensibilizar a los participantes sobre la manipulación de los medios de información (tomar conciencia); conseguir su apoyo</p>	<p>Personas con poder de decisión en cargos importantes</p>	<p>Este tema te debería interesar;</p> <p>este asunto puede afectar tu forma de vida;</p> <p>tienes la capacidad para impulsar cambios</p>	<p>Conferencias, eventos sociales, consultas públicas con las autoridades, correo electrónico, páginas web, redes sociales, telefónicamente, campañas, reuniones cara a cara</p>	<p>Posters, flyers, cortos de video, pendones, accesorios, folletos</p>





Modelo 3

Participante	Su rol	¿Cuánto le afecta el proyecto?	¿Cuánto puede (el o la participante) afectar el proyecto?	Principal objetivos del participante	¿Cómo puede aportar o interferir el o la participante?	La mejora manera de administrarlo/a	Contactos
Gobierno local	Diseño e implementación de política pública	Influencia alta; pueden perder su cargo y el apoyo de la ciudadanía	Influencia alta; pueden ponerse en contra de la organización	Mantener su cargo; obtener el apoyo del público	Aprovando políticas que no son favorables a la organización; incidiendo sobre otros participantes en cargos importantes; incrementando el número de obstáculos	Comunicación clara y transparente con la administración; evitando conflictos innecesarios; participando en mesas promovidas por la administración local, expresando nuestras opiniones de manera respetuosa; a través de negociación y mediación	Correos electrónicos y contactos telefónicos Contactos personales, si contamos con ellos

