



**Share4Rare**

## **Herramientas & Ejemplos**

# **Gestión de las partes interesadas**



## Propósito

El análisis de las partes interesadas (*stakeholders* en inglés) es el primer paso para su gestión: un proceso que ayuda a administrar tiempo y recursos para garantizar que tus proyectos tengan éxito. Al identificar quién está involucrado en tu organización, puedes aprovechar tus recursos y tiempo para administrarlos.

Al hacer un análisis de las partes interesadas, identifica quiénes son sus partes interesadas para identificar su poder, influencia e intereses para saber en quién debe centrarse. Cuando adquieras una comprensión más profunda de tus partes interesadas más importantes, sabrás cómo y cuándo comunicarte con ellos para ganar su confianza y apoyo.

### Qué una parte interesada o *stakeholder*?

Una parte interesada es una persona, empresa u organización que participa en la toma de decisiones importantes que influyen en tu organización. Algunos de ellos tienen el poder de hacer avanzar tu trabajo, algunos de ellos pueden bloquearlo. Su posición, interés, grado de participación y función son factores que les permiten tomar decisiones. Los recursos que aportan también son importantes: dinero, conocimiento, una red de otras partes interesadas o experiencia.

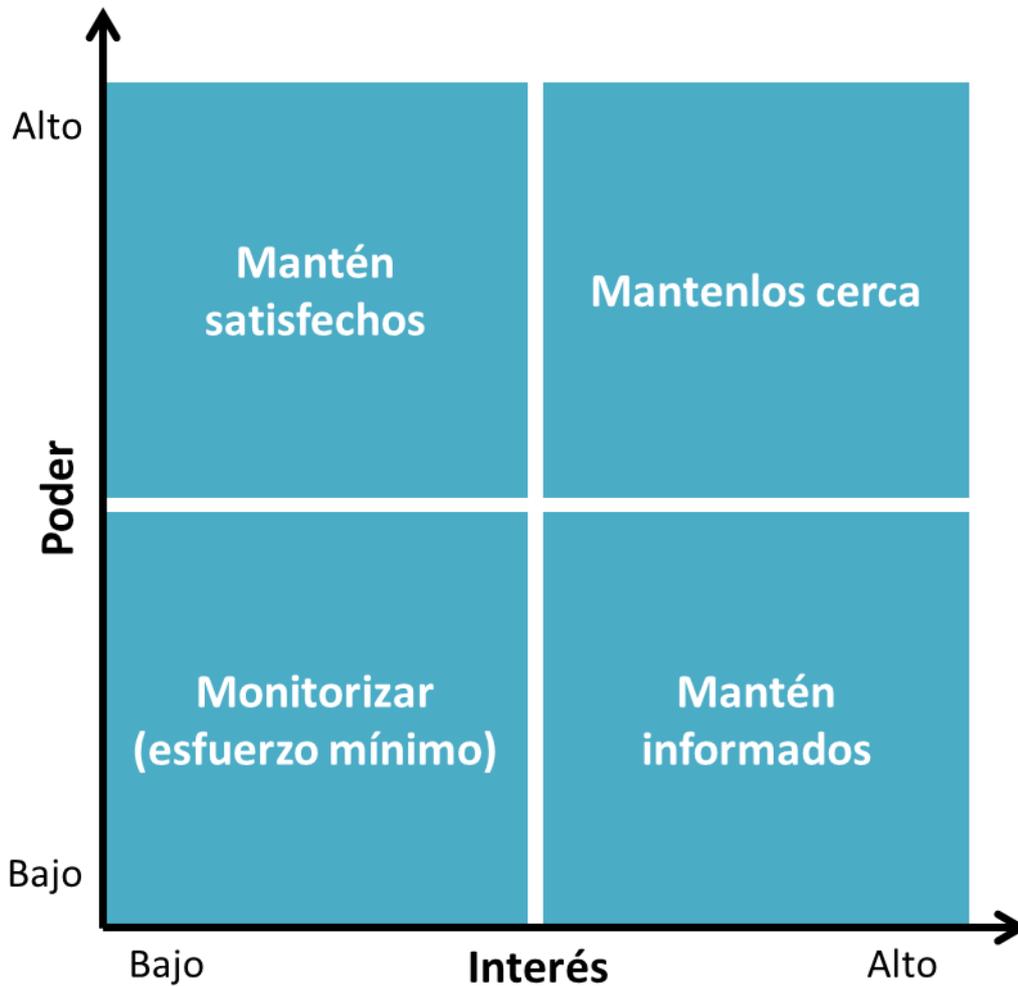
## Identificación

Comienza en un grupo haciendo una lluvia de ideas y redactando una lista de todas las personas involucradas en tu organización. Las preguntas que pueden ayudarte con esto son:

1. ¿Quién puede influir en la forma en que operamos?
2. ¿Quién puede afectar / ser afectado por nuestra organización?
3. ¿Quién puede ayudarnos a entender nuestro problema / desafío?
4. ¿Quién está interesado en nuestro éxito?

## Priorización

Ahora que tienes una lista de todas las personas y organizaciones que se ven afectadas por tu trabajo, el siguiente paso es clasificar a tus partes interesadas por el nivel de importancia que tienen. Algunas personas y organizaciones tienen el poder de contrarrestar o cooperar con lo que estás haciendo, y debes trabajar estrechamente con ellos para restringir el daño o aumentar su impacto. Una herramienta para priorizar la comunicación de las partes interesadas es la matriz de poder / interés.



### Mucho poder, muy interesado

Estos son los jugadores clave que debes gestionar de cerca. Tienen la capacidad de tener efecto en gran medida sobre tu organización, por lo que debes trabajar estrechamente con ellos para mantenerlos satisfechos. Invítalos a reuniones o crea sesiones con ellos para que tengan una plataforma para ser escuchados, y mantenén lazos estrechos pero profesionales con ellos. Ejemplos de estos son inversores, defensores expertos de pacientes y compañías farmacéuticas.

### Mucho poder, menos interesado

Aunque tienen un gran poder, estas personas u organizaciones están menos interesadas en lo que estás haciendo, pero quieren mantenerse informadas sobre el progreso. Este tipo de partes interesadas suelen tener poco tiempo y debes usar sus recursos con moderación, como los médicos y los reguladores. Mantenlos al tanto de tus comunicaciones para asegurarte de que no se olviden y hazles actualizaciones periódicas para satisfacer sus necesidades.

### Poco poder, muy interesado

Las personas muy comprometidas pueden ayudarte a avanzar, si les permites convertirse en embajadores de la marca para difundir tu mensaje. Aunque su impacto puede no ser tan significativo como las personas y organizaciones de alto impacto, es importante mostrar consideración y comunicar el progreso de tu proyecto u objetivo. Las familias de pacientes y personas influyentes en este campo pueden ser muy útiles para crear *boca a boca* y ayudar a difundir tu mensaje.

### Poco poder, poco interesado

Identifica que están en tu grupo de partes interesadas (pueden consistir en miembros de la familia de un paciente y profesionales de la salud). Mantenlos actualizados sobre el proyecto, pero no desperdicies demasiados recursos (principalmente tiempo y dinero). La comunicación excesiva puede ser percibida como demasiado agresiva.

## Entendimiento

Al empatizar con tu grupo de interés, obtienes una mejor comprensión de su punto de vista y sus acciones y te ayuda a saber cómo comunicarte con él y administrarlo. La mejor manera de hacerlo es haciéndoles esas preguntas directamente, a través de una entrevista o una discusión abierta. Las personas a menudo están felices de compartir su punto de vista, y pedirles su opinión o visión del mundo es a menudo el primer paso para construir una relación exitosa con ellos.

Preguntas clave que pueden ayudarte a comprender a tus partes interesadas:

1. ¿Qué interés tienen en nuestro campo u organización?
2. ¿Cuál es su opinión actual sobre nuestro trabajo?
3. ¿Cómo les gustaría mantenerse informado sobre nosotros?
4. ¿Qué les motiva?
5. ¿Quién influye en sus decisiones?

## Discusión

Este análisis de partes interesadas se puede utilizar para definir nuevas metas o agudizar las existentes. Reflexiona sobre tu análisis de partes interesadas, haciendo las siguientes preguntas:

1. ¿Qué observaciones o impresiones tenemos al mirar la matriz?
2. ¿Qué acciones debemos hacer para tener efecto sobre aquello en lo que nuestra organización puede influir?
3. ¿Cómo deberíamos relacionarnos con las cosas sobre las que tenemos poca o ninguna influencia?
4. ¿Cómo podríamos reevaluar nuestras prioridades en base al análisis de partes interesadas?

## References & Resources

[https://www.mindtools.com/pages/article/newPPM\\_07.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newPPM_07.htm)

<https://toolbox.hyperisland.com/circles-of-influence>

<https://www.toolshero.com/project-management/influence-mapping/>

