



La vinculación efectiva con las partes interesadas hace que el proceso de evaluación de impactos sea accesible a todos y que sea más probable lograr un resultado sostenible.

#### TRADUCIDO POR



#### AUTORES

Heikki Kalle  
Lea den Broeder  
*Con aportaciones de*  
Charlotte Bingham  
Peter Croal  
Richard Fuggle  
Raphael Mwalyosi  
Maria Rosário Partidário

## FASTIPS (NOTAS BREVES)

No. 10 | Noviembre 2015

# Vinculación efectiva con las partes interesadas

La evaluación de impactos (EI) es el proceso de identificación de las consecuencias futuras de una acción en curso o propuesta, involucra a muchas y variadas partes con diferentes orígenes, antecedentes, formación, intereses y actitudes. Esto implica diferencias importantes sobre cuándo y cómo involucrar a la gente en el proceso de EI. Si bien los medios y las herramientas de participación serán diferentes para cada grupo y pueden variar en el curso de una evaluación de impactos, todas las partes interesadas aprecian la vinculación justa, pronta y respetuosa.

Esto significa que:

- El involucramiento de las partes interesadas en el proceso de EI debe planificarse: debe desarrollarse un plan, incluso para las evaluaciones de impacto más sencillas y directas.
- La vinculación con las partes interesadas no es algo que suceda hacia el final del proceso de la EI; necesita ser parte de todo el proceso, desde el inicio hasta su conclusión. La estrategia y el plan de vinculación deben ser parte integral del proceso de EI.
- La participación de las partes interesadas consiste en llevar a cabo el proceso de EI de manera tal que se asegure que toda la información relevante sea capturada y no se distorsione.
- Es necesario identificar a las partes interesadas y establecer vínculos a la medida. Esto significa acomodarse y ajustarse a los diferentes roles, intereses, tipos de conocimiento y diferencias culturales de las partes interesadas.

## PLANIFICACIÓN DE LA VINCULACIÓN CON LAS PARTES INTERESADAS

Al planificar la vinculación es necesario equilibrar la información que se proporciona con la que se recibe (escuchar, entender, discutir). Diferentes partes interesadas deben ser involucradas de maneras distintas, utilizando diferentes herramientas de comunicación. Los ingredientes esenciales del plan de vinculación son:

- Determinar cuáles son las partes interesadas y el perfil de cada una.
- Definir las reglas de vinculación y el protocolo a seguir.
- Describir los eventos que ocurrirán a lo largo del proceso de EI, estableciendo lugares, horas, metas, grupos involucrados, contenido y medios de comunicación.
- Asignar los recursos esenciales: presupuesto, herramientas de comunicación, apoyo técnico, portavoces y premisas adecuadas.
- Crear una estrategia y un plan.

La esencia de una estrategia es articular una manera organizada de cumplir objetivos y necesidades. El propósito de la estrategia en un proceso de EI es asegurar que los mensajes importantes, pero a menudo complicados, relacionados con valores sociales y ecológicos, se transmitan de modo imparcial a y entre todas las partes involucradas. El objetivo final no es proporcionar información, sino promover la comprensión y el aprendizaje mutuo.

El plan establece un marco claro de actividades y asigna roles, tareas y objetivos a los miembros de un equipo. Sirve como documento guía a lo largo del ciclo de vida de la EI, en el que se especifican objetivos, audiencias, mensajes, herramientas y presupuesto disponible. El plan debe:

- **Definir los grupos objetivo.** Las audiencias objetivo son los grupos de personas a las cuales están destinadas las actividades de comunicación. Un público objetivo podría componerse de personas de cierta edad, profesión, género, estado civil, antecedentes educativos o área geográfica.

- **Especificar los objetivos.** ¿Qué resultados se pretenden? Algunos ejemplos podrían ser: crear conciencia, cambiar la opinión pública, promover una actitud positiva hacia el proceso de EI, y capturar las preferencias de múltiples grupos objetivo.
- **Determinar los mensajes principales,** tanto para el proyecto como para cada grupo objetivo. Un mensaje es una declaración simple y clara que captura la esencia del programa o proyecto.
- **Seleccionar las herramientas apropiadas.** Una vez que los principales grupos objetivo y mensajes han sido identificados, qué herramientas de comunicación serán utilizadas y qué actividades serán las más apropiadas.
- **Identificar portavoces.** ¿Quiénes y en qué papel presentarán el plan o proyecto a los medios de comunicación y en reuniones públicas?
- **Repasar los pasos de la acción.** El plan debe ser un documento dinámico que sea revisado y actualizado regularmente. Debe responder a la información entrante, así como a las nuevas personas que se vayan incorporando al proceso. Es importante que el plan promueva una actitud enfática, asegure respuestas rápidas y garantice que la información sea de alta calidad. Estos son elementos clave para un proceso exitoso de EI.

### DIFERENTES HERRAMIENTAS PARA DIFERENTES METAS: ALGUNOS EJEMPLOS

#### Envío de mensajes genéricos

- Difusión en radio o televisión
- Folletos
- Conferencias

#### Interacción con las partes interesadas

- Reuniones
- Mesa de ayuda (telefónica)
- Redes sociales como Facebook, Twitter o foros en línea

#### Presentación de información compleja

- Informes
- Sitio web
- Artículos científicos

### CINCO COSAS IMPORTANTES QUE SABER

1. La identificación oportuna del perfil de los grupos objetivo/ partes interesadas es esencial para asegurar el contacto exitoso y la comprensión mutua.
2. Se puede ganar su confianza a pesar de que las partes interesadas tengan diferencias de opinión sobre el plan o proyecto.
3. El contenido y la presentación del mensaje deben estar actualizados, lo cual requiere atención, experiencia y habilidad.
4. Hay que tener paciencia; algunos grupos necesitan tiempo para procesar los datos e ideas que se les comunican.
5. No hay grupos insignificantes en el proceso; sea empático pero neutral.

### CINCO COSAS IMPORTANTES QUE DEBEN HACERSE

1. Identificar a todas las partes interesadas, así como sus intereses y necesidades de información.
2. Desarrollar una estrategia y hacer un plan detallado con eventos y metas, tanto para etapas específicas como para todo el proceso de EI. Revisar el plan frecuentemente.
3. Elegir a los portavoces por su conocimiento del contenido, empatía, presencia y experiencia en comunicación.
4. Evitar las reuniones multitudinarias: son preferibles reuniones más pequeñas con enfoque particular (visitas al sitio, mesas redondas, grupos de discusión) que satisfagan las necesidades de audiencias específicas.
5. Con anticipación a las reuniones, pida a los participantes que presenten asuntos o cuestiones que deseen abordar en las mismas.

#### LECTURA ADICIONAL

IAIA FasTip "Resumen no técnico".  
<http://www.iaia.org/fasttips.php>

¿Quiere saber más?

[www.iaia.org/fasttips.php](http://www.iaia.org/fasttips.php)

IAIA.org > Resources > Publications > FasTips

¿Tiene una sugerencia o una solicitud de un FasTip sobre un tema diferente?

Contacte a María Rosário Partidário (mpartidario@gmail.com), editora de la serie FasTips. Grupo de Trabajo de FasTips: María Rosário Partidário (Presidente), Charlotte Bingham, Peter Croal, Lea den Broeder, Richard Fuggle, Raphael Mwalayosi, Julia Nowacki.