|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Análisis de las partes interesadas | | | | | | | | |
| Identificar las partes interesadas clave: | | | | | | | | |
| Gerente o supervisor directo  Departamento Financiero  Proveedores  Pacientes y/o familias; comité de asesoría a pacientes y familia  Organizaciones profesionales  Comités | | | | Líderes organizacionales  Colegas interdisciplinarios (por ej.: médicos, nutricionistas, terapistas respiratorios, o terapistas físicos/ocupacionales)  Administradores  Otras unidades o departamentos  Otros: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |
| Matriz de análisis de las partes interesadas: (Adaptada de <http://www.tools4dev.org/>) | | | | | | | | |
| Nombre y cargo de la parte interesada: | Función: (Seleccione todas las opciones que correspondan)Responsabilidad, aprobación, consultar, informar | Nivel de impacto: ¿Cuánto les afecta el proyecto? (menor, moderado, significativo) | **Nivel de influencia:** ¿Qué tanta influencia tienen sobre el proyecto?  (menor, moderada, significativa) | | ¿Qué es lo que más importa a la parte interesada? | ¿Cómo podría contribuir la parte interesada al proyecto? | ¿Cómo podría la parte interesada obstaculizar el proyecto? | Estrategia(s) para involucrar a la parte interesada: |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Planificación de la comunicación** | | | | | |
| **Consulte esta sección para orientar sus comunicaciones con las partes interesadas a lo largo y después de completar el proyecto EBP.** | | | | | |
| **¿Cuál es el objetivo de la difusión de los resultados del proyecto EBP? (seleccione todas las opciones que correspondan)** | | | | | |
| Generar consciencia  Promover la acción  Cambiar la política | | Cambiar la práctica  Involucrar a las partes interesadas | Informar a las partes interesadas  Otros:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| **¿Cuáles son los 3 mensajes más importantes?** | | | | | |
|  | | | | | |
| **Alinee el mensaje o mensajes clave y los métodos con la audiencia:** | | | | | |
| **Audiencia** | **Mensajes clave** | | | **Método** | **Tiempo** |
| **Partes interesadas interdisciplinarias** |  | | |  |  |
| **Liderazgo organizacional** |  | | |  |  |
| **Enfermeras de primera línea** |  | | |  |  |
| **Liderazgo departamental** |  | | |  |  |
| **Comunidad externa** |  | | |  |  |
| **Otros** |  | | |  |  |

Instrucciones de uso de la herramienta de análisis y comunicación con las partes interesadas

**Consultar el capítulo 11, Lecciones de la práctica, para ver ejemplos de herramientas terminadas.**

**Propósito:**

El equipo de EBP utiliza este formulario para identificar a las partes interesadas clave. Las partes interesadas clave son personas, grupos o departamentos que tienen un interés, una preocupación o una participación en su proyecto. Esto puede incluir la aprobación, la experiencia en la materia o los recursos. Comuníquese con las partes interesadas al principio del proceso y manténgalas al corriente de los avances para garantizar su aceptación de la implementación.

Puesto que las partes interesadas pueden cambiar en distintas etapas del proceso, recomendamos que revise este formulario conforme usted proceda de un paso al siguiente en su plan de acción.

La sección de planificación de la comunicación es útil para promover la comunicación a lo largo de todo el proceso del proyecto EBP. Lo ideal es completar la sección de comunicación hacia el final del proyecto EBP, cuando el equipo haya identificado las recomendaciones específicas de la organización.

**Identificar a las partes interesadas clave (categorías amplias):**

Considere las distintas áreas, departamentos, grupos u organizaciones que pueden verse afectados o tener influencia sobre el cambio de práctica propuesto.

**Matriz de análisis de las partes interesadas:**

Utilizando las indicaciones anteriores, identifique a las cinco o siete partes interesadas que más pueden afectar (o que se verán más afectadas por) los resultados y que pueden influir en el éxito del trabajo de traducción. Considere cuáles de los cuatro roles puede ejercer cada una de las partes interesadas en su planificación de acción y trabajo de traducción. Los posibles **roles** son:

* Responsabilidad: Completar tareas identificadas. Autoridad de emisión de recomendaciones
* Aprobación: Aprobar las recomendaciones. Tiene capacidad de veto
* Consulta: Proporcionar información (por ejemplo, expertos en la materia). No tiene autoridad para tomar decisiones
* Informar: Notificar el avance y los cambios. No contribuye a las decisiones

Recuerde que una parte interesada puede cumplir con distintos roles, dependiendo de la acción. El completar la Herramienta para el análisis de las partes interesadas puede ayudar a aclarar los roles y responsabilidades. Las descripciones de las responsabilidades para cada rol proporcionado en el formulario serán útiles en este proceso.

Los equipos de EBP deben tener en cuenta la dimensión del **impacto** que el proyecto puede tener en la parte interesada y el grado de **influencia** que esta puede tener en el éxito del proyecto. Identificar las formas en que las partes interesadas pueden **contribuir** al éxito del proyecto y también **obstaculizarlo**, y luego **involucrarlas** de la mejor manera posible permite que los equipos desarrollen planes para optimizar los resultados más favorables

**Alinee el mensaje o mensajes clave y los métodos con la audiencia**:

Audiencia: Piense en las recomendaciones del proyecto. Identifique los usuarios finales - ¿Quién es su audiencia? Reexamine la Herramienta para el análisis de las partes interesadas que utilizó anteriormente, con el fin de confirmar quiénes son las partes interesadas y cuáles son los mensajes clave que deben recibir. ¿Qué es lo que desea que la audiencia o audiencias destinatarias escuchen, sepan y comprendan?

**Mensajes clave:** Los mensajes deben ser claros, concisos y adaptados a la audiencia, enfocándose en los beneficios, procesables y repetidos de 3 a 6 veces y de formas diferentes.

**Método:** La comunicación puede tener lugar en múltiples niveles y mediante diferentes estrategias.

* Algunos de los métodos más comunes de difusión interna pueden incluir boletines informativos, sitios web internos, grupos privados en redes sociales, clubes de lectura, sesiones con grandes grupos de pacientes, reuniones de personal, kits de herramientas, podcasts y almuerzos de trabajo.
* Para la difusión externa, existen diversas formas que pueden incluir presentaciones en posters y conferencias, artículos revisados por pares, artículos de opinión, cartas al director, capítulos de libros, entrevistas y redes sociales (blogs, Twitter, YouTube).

**Tiempo:** ¿Cuándo tendrá más impacto su mensaje? Tenga en cuenta tanto la audiencia como el momento adecuado para comunicar el contenido, de manera que se asegure que el mensaje sea relevante para ellos y se ajuste a sus prioridades. Asimismo, tenga en cuenta acontecimientos como las vacaciones y el calendario académico, que pueden distraer la atención de la audiencia.