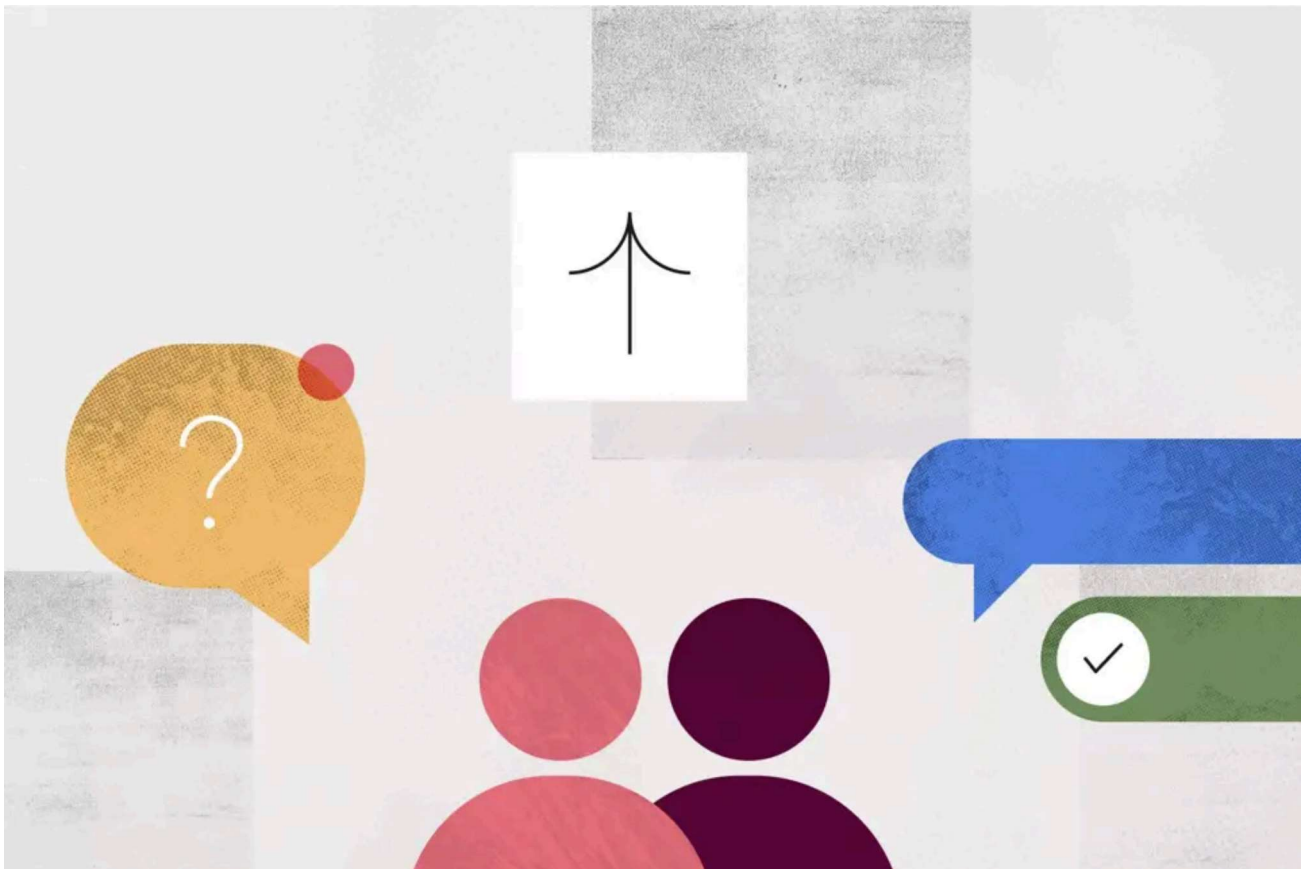


¿Quiénes son los stakeholders de un proyecto?



Julia Martins

18 de febrero de 2024 • 11 min de lectura



Piensa en tu proyecto como una película nominada al Oscar. Ganaste y tienes que subir y dar tu gran discurso. ¿A quién le agradeces?

En la gestión de proyectos, esas personas serían los participantes de tu proyecto, también llamados stakeholders; personas que han colaborado en tu proyecto y que, de alguna manera, te han ayudado a lograrlo. Los stakeholders del proyecto pueden ser las personas que realizan el trabajo, las que lo aprueban o incluso aquellos para quienes estás haciendo el *trabajo*, pero todos son importantes.

Aunque no lo creas, la identificación de los stakeholders del proyecto puede ser más difícil que la preparación de tu discurso de agradecimiento por un premio Oscar. Es ahí cuando el análisis de las partes interesadas puede ser de utilidad. Al crear un mapa de análisis de los stakeholders de una empresa, puedes identificar y gestionar a esos participantes con facilidad. En este artículo te

guiaremos paso a paso con respecto a cómo elaborar un mapa de análisis de los stakeholders e incrementar el impacto que tendrá tu proyecto. A continuación, te contamos cómo hacerlo.

¿Qué es un stakeholder en el ámbito de la gestión de proyectos?

Los stakeholders del proyecto son las partes interesadas que pueden influir o verse afectadas por el proyecto en el que estás trabajando. Los participantes pueden provenir de todos los niveles de la organización, desde colaboradores individuales hasta ejecutivos sénior, pero si están involucrados en tu proyecto, son importantes. Incluso si los participantes no están directamente involucrados en el trabajo del día a día del proyecto, de todas formas pueden verse afectados por su resultado.

Inspira a tu equipo con Asana

¿Qué es un mapa de análisis de los stakeholders?

Un mapa de análisis de los stakeholders es una manera de identificar a los involucrados del proyecto para incrementar el impacto que tendrá tu proyecto en base a dos aspectos clave: el grado de influencia y el grado de interés del interesado. El mapa de análisis de los stakeholders puede ayudarte a comprender qué partes interesadas tendrán un mayor o menor grado de influencia en tu proyecto además del nivel de interés en tu trabajo. De este modo, puedes comunicarte de manera efectiva con todos los interesados del proyecto de la forma que les resulte más útil.

¿Qué es la gestión de los stakeholders?

Una vez que hayas creado el mapa, la gestión de los stakeholders será el proceso de comunicación con los actores clave de tu proyecto. Con la gestión de stakeholders puedes asegurarte de que compartes la información relevante con los involucrados, en el momento adecuado, independientemente de que sean actualizaciones a nivel de tarea, informes regulares del estado de un proyecto o resúmenes de programa más extensos.

Una parte importante de la gestión de los stakeholders del proyecto consiste en crear un plan de comunicaciones. Como parte de tu plan de comunicaciones, deja claro cuál es el canal (email, mensajes, plataforma de gestión del trabajo) que los involucrados deben usar y cuándo, con qué frecuencia se deberían comunicar los distintos tipos de información y quién es responsable por cada uno de los canales.

Lee: Por qué contar con un plan claro de comunicaciones es mucho más importante de lo que crees



Cómo identificar a los stakeholders del proyecto

En un sentido amplio, casi todos pueden verse afectados por el resultado de tu proyecto. Pero en la gestión de proyectos, los stakeholders de tu proyecto son las personas que están involucradas, de alguna manera, en el proceso de toma de decisiones del mismo. Pueden ser participantes importantes que aprueban las entregas del proyecto o bien pueden ser los miembros del equipo que hacen el trabajo para ir del punto A al punto B. Los miembros de tu audiencia objetivo también son participantes del proyecto, ya que son los más afectados por las decisiones que tomas.

Básicamente, puedes identificar a los stakeholders del proyecto haciéndote una simple pregunta: "¿El trabajo que estoy haciendo afectará a esa persona?". Si la respuesta es sí, es probable que forme parte del grupo de interés del proyecto.

Lee: ¿Cuáles son los beneficios de la gestión de proyectos? →

Es importante tener en cuenta que no todos los que se verán afectados por tu proyecto podrán opinar sobre su desarrollo. Los stakeholders clave, como los que trataremos en este artículo, son aquellas personas que tienen voz y voto con respecto a los resultados del proyecto. Saber quiénes son los stakeholders clave puede ayudarte a mejorar las relaciones con todos los involucrados y a obtener la aceptación de las personas más importantes.

Los dos tipos de stakeholders que puedes encontrar en tu proyecto

En términos generales, hay dos tipos de stakeholders del proyecto: los internos y los externos. Los stakeholders internos son probablemente lo primero que te viene a la mente cuando piensas en las partes interesadas. Entre ellos está incluida cualquier persona que trabaje en tu empresa, desde tus subordinados directos hasta los líderes ejecutivos, que esté involucrada en tu proyecto. Por otro lado, los participantes externos son todas las personas ajenas a tu organización. Estos pueden ser los clientes, una agencia o contratista, los usuarios, los inversores, los proveedores u otros colaboradores externos.

Tipos de stakeholders internos

- Gerente o directores de proyectos
- Miembros del equipo del proyecto
- Gerente del portafolio de proyectos y/o gerente de programas
- Patrocinador del proyecto, si tuvieras uno
- Líderes ejecutivos
- Otros equipos internos de diferentes departamentos

Tipos de stakeholders externos

- Clientes
- Contratistas

- Subcontratistas
- Usuarios
- Inversionistas
- Proveedores

Stakeholders de una empresa VS stakeholders de un proyecto

Tanto las empresas como los proyectos tienen grupos o individuos con interés en su éxito o fracaso. Estos son los **stakeholders**, actores clave que influyen en el camino y la dirección.

Stakeholders de una empresa:

Son aquellos que se preocupan por el bienestar general de la organización. Entre ellos encontramos:

- **Accionistas:** buscan rentabilidad e inversiones.
- **Empleados:** desean estabilidad laboral y crecimiento profesional.
- **Clientes:** demandan productos o servicios de calidad.
- **Proveedores:** buscan relaciones comerciales beneficiosas.
- **Comunidad local:** se interesa por el impacto social y ambiental.
- **Gobierno:** vela por el cumplimiento de leyes y regulaciones.

Stakeholders de un proyecto:

Se enfocan en el éxito de un proyecto específico. Algunos ejemplos son:

- **Equipo del proyecto:** responsable de la ejecución y el cumplimiento de objetivos.
- **Clientes:** esperan resultados específicos y satisfactorios.
- **Patrocinadores:** financian el proyecto y esperan un retorno de la inversión.
- **Proveedores:** suministran recursos y materiales necesarios.
- **Autoridades regulatorias:** aprueban el proyecto y verifican su cumplimiento.

Diferenciando a los stakeholders:

- **Alcance:** Los stakeholders de una empresa abarcan toda la organización, mientras que los de un proyecto se limitan a ese ámbito específico.
- **Duración:** El interés de los stakeholders de una empresa suele ser a largo plazo, mientras que en los proyectos es a corto plazo, ligado a la duración del proyecto.

- **Tipo de interés:** Los stakeholders de una empresa tienen intereses diversos (financieros, sociales, ambientales), mientras que los stakeholders de un proyecto se centran en el éxito del mismo.

Conocer estas distinciones te ayudará a interactuar con los stakeholders de manera efectiva, impulsando el éxito tanto de tu empresa como de tus proyectos.

Los beneficios de realizar un análisis de los stakeholders

Los buenos participantes aportan mucho a tu proyecto. Durante la fase de planificación del proyecto, los involucrados son tu guía para averiguar hacia dónde debe ir el proyecto. Los participantes internos pueden ayudarte a desarrollar un presupuesto o un plan de gestión de recursos para el proyecto. Saber quiénes son tus participantes externos puede ayudarte a establecer el alcance y los objetivos del proyecto. Luego, una vez que el proyecto se pone en marcha, los actores clave del proyecto pueden conseguir apoyo, ayudar cuando las cosas van mal y mantener motivado al equipo de proyecto.

Durante la dirección de proyectos, es importante comprender bien a los stakeholders, ya que te puede ayudar a ganar adeptos y ejecutar tus proyectos de manera más efectiva. Además, el análisis de los involucrados te puede ayudar a:

- Obtener más apoyo y recursos
- Aumentar la visibilidad de los proyectos, especialmente para los participantes que son ejecutivos
- Prevenir que se presenten obstáculos costosos más adelante en el ciclo del proyecto
- Comunicarte a través de los canales correctos y en el momento adecuado
- Compartir información relevante con los participantes de acuerdo con el nivel de influencia o participación de cada uno

4 pasos a seguir para crear un mapa de análisis de los stakeholders

Identificar y gestionar a los stakeholders de tu proyecto es una excelente manera de prepararte para un proyecto exitoso. Cuando los actores clave del proyecto se comprometen, ofrecen un apoyo que puede ser fundamental a lo largo del ciclo de vida del proyecto. De lo contrario, si no tuvieras stakeholders que te apoyen, es posible que descubras que debes redefinir las expectativas de los stakeholders a mitad del proyecto, lo que puede generar cambios y riesgos innecesarios para el proyecto. A fin de evitarlo, estos son los cuatro pasos que debes seguir para crear un mapa de análisis de los participantes que sea efectivo.

Paso 1: Identifica a los stakeholders de una empresa

Antes de poder gestionar las expectativas de los stakeholders, primero debes saber quiénes son. Asegúrate de tener en cuenta a los stakeholders internos y externos así como los stakeholders primarios (aquellos que tienen una influencia directa en la toma de decisiones) y a los stakeholders secundarios (aquellos participantes con una influencia indirecta en el proyecto). Para averiguar quiénes son los participantes de tu proyecto, pregúntate lo siguiente:

- ¿Para quién es importante este proyecto?
- ¿Quiénes se verán afectados por este proyecto?
- ¿Quiénes pueden influir en este proyecto?
- ¿Quién puede aprobar/rechazar este proyecto?

Si necesitas ayuda para hacer un seguimiento de los participantes, considera la posibilidad de crear un gráfico RACI o un registro de participantes para saber quién es quién, por qué ese participante es importante y cuál será su impacto en el proyecto. Antes de pasar al paso dos, realiza una última verificación. Pregúntate lo siguiente:

- ¿Hay otros participantes internos que deberían considerarse, como gerentes de RR. HH. o gerentes de portafolios de proyectos?
- ¿He incluido a todos los líderes y gerentes de proyectos clave?
- ¿Hay algún participante externo que me falte y que pueda verse afectado por el resultado de este proyecto?

Lee sobre: [Cómo llegar a la raíz de tus problemas](#) →

Paso 2: Determina los niveles de influencia e interés de los stakeholders

La colaboración fluida de los involucrados puede marcar una gran diferencia y llevar a tu proyecto al siguiente nivel. La mejor manera de asegurarte de que haya un alto nivel de colaboración es crear un mapa claro de los stakeholders que describa el nivel de influencia e interés de cada involucrado. Esta matriz, a veces llamada la matriz de influencia e interés, es la mejor manera de visualizar a los cuatro principales grupos de participantes.

Los cuatro grupos principales de stakeholders son:

- **Alto nivel de influencia y alto nivel de interés.** Probablemente sean los encargados de aprobar y/o los patrocinadores de tu proyecto. A nivel externo, también podrían ser socios o clientes clave. Asegúrate de consultar a estos participantes con regularidad para estar seguro de que tus expectativas y las de ellos estén en sintonía. Durante el transcurso del proyecto, asegúrate de colaborar de manera activa con estos participantes del proyecto, considéralos como los jugadores clave en tu equipo de proyecto.

- **Alto nivel de influencia y bajo nivel de interés.** Estas personas *pueden* bloquear o apoyar tu proyecto, pero probablemente no estén interesadas en hacerlo. Pueden ser colaboradores de otros departamentos distantes o líderes ejecutivos de tu empresa. Asegúrate de que estos participantes conozcan los conceptos básicos de tu proyecto y solicita a los participantes de alto nivel de influencia e interés que te ayuden a gestionar la relación, si es necesario. Ten en cuenta que, incluso si tienen un bajo nivel de interés, su trabajo podría verse afectado por el tuyo, y no quieres que eso suceda como una sorpresa inesperada. Durante el transcurso del proyecto mantén a estos participantes del proyecto informados a nivel general para asegurarte de que estén satisfechos con el progreso del proyecto.
- **Bajo nivel de influencia y alto nivel de interés.** Probablemente no necesites la aprobación de este grupo, especialmente en las primeras etapas del proyecto. Es más importante incluirlos en el paso 4. Durante el transcurso del proyecto mantén a este grupo de interés informado.
- **Bajo nivel de influencia y bajo nivel de interés.** Estos son participantes secundarios. Dependiendo del tamaño y la complejidad de tu trabajo, es posible que quieras mantenerlos informados con mediana regularidad a través de informes de estado del proyecto o, por el contrario, no informarles nada hasta el final. Sin embargo, durante el transcurso del proyecto, asegúrate de mantener contacto con estos participantes en caso de que quieran involucrarse más.

Paso 3: Comprende las necesidades de los involucrados

La verdad es que algunos stakeholders pueden no estar de acuerdo con ciertos elementos del proyecto. Como gerente o director del proyecto, es tu responsabilidad comprender sus necesidades y perspectivas, y llegar a una solución que no afecte al éxito del proyecto de manera negativa. No es tu trabajo hacer todo lo que los stakeholders piden, pero debes escuchar y comprender sus necesidades.

A veces, lo que parece ser un “participante que te complica las cosas” es simplemente alguien que tiene prioridades diferentes a las tuyas. Tal vez tu trabajo incluso esté interrumpiendo parte de su trabajo. Si intentas ver las cosas desde su perspectiva, tendrás más posibilidades de encontrar una solución y de convertir la situación en un escenario en el que todos salgan ganando.

En caso de dudas, ponte en los zapatos del otro y hazte estas preguntas:

- ¿Qué necesita?
- ¿Qué nivel de comunicación quiere?
- ¿Cuál es la estrategia de comunicación más efectiva?
- ¿Existen influencias o personas influyentes que afecten a estos participantes?
- ¿Cómo identificar los intereses de los involucrados con precisión?

Paso 4: Mantén informados a los stakeholders

Una vez que hayas identificado a los participantes y hayas pensado en sus necesidades, asegúrate de invitarlos a las sesiones de planificación del proyecto y a la reunión de inicio, en caso de que

organices una. Los involucrados clave también deben aprobar la carta del proyecto, el plan del proyecto, los objetivos del proyecto y el alcance del proyecto.

Durante la ejecución del proyecto, asegúrate de informar a los participantes relevantes con respecto a los cambios y el progreso. Además de aumentar la visibilidad, si documentas tus procesos al principio, reducirás el riesgo de que se produzcan errores de comunicación en el futuro.

Aunque debes intentar invitar a diferentes stakeholders, asegúrate de dar prioridad a los involucrados clave. No necesitas la aprobación de todo el mundo para cada aspecto del proyecto. En caso de duda, consulta tu mapa de análisis de los stakeholders para identificar a quienes debes mantener informados.

Puedes reunirte con algunos participantes —por ejemplo, los involucrados con alto nivel de poder e interés— con frecuencia para tratar el proyecto y abordar cualquier desafío inesperado. Pero para mantener al resto de los participantes informados, envía actualizaciones de estado del proyecto con regularidad, que incluyan los logros alcanzados recientemente, los obstáculos y los próximos pasos. Recomendamos enviar una actualización cada dos semanas o con más frecuencia si la iniciativa que gestionas es compleja.

Lee: [Cómo escribir un informe de estado del proyecto que sea efectivo](#) →

Errores comunes al elaborar el mapa de análisis de los stakeholders

No existe una solución perfecta en cuanto a la comunicación con los participantes pero aquí te presentamos los errores más comunes y cómo evitarlos:

Falta de límites

- **Problema:** Los stakeholders del proyecto son demasiado entusiastas y esto causa una corrupción del alcance.
- **Solución:** Implementar un proceso de control de cambios.

A veces, que los participantes del proyecto sean demasiado entusiastas puede tener un impacto negativo. Pasaste mucho tiempo planificando tu proyecto y definiendo cuáles serán las entregas, pero si hay demasiados involucrados que aportan ideas sobre nuevas entregas, cronogramas actualizados o presupuestos ajustados, tu proyecto podría desviarse rápidamente de su curso.

La mejor manera de establecer límites con los participantes es implementar un proceso de control de cambios. Al crear un proceso para proponer, revisar y aceptar cambios en el alcance de tu proyecto, puedes asegurarte de que tu proyecto sea dinámico y esté actualizado, sin preocuparte por la corrupción del alcance. Existen cuatro elementos en un proceso de control de cambios:

1. Los participantes del proyecto envían una solicitud de cambio.

2. Los involucrados clave revisan la solicitud.
3. Aprueba, rechaza o aplaza el cambio.
4. Ajusta el alcance o los objetivos del proyecto según corresponda.

Lee: 7 causas comunes de corrupción en el alcance y cómo evitarlas →

Olvidar incluir a los stakeholders

- **Problema:** Durante la fase inicial de identificación de participantes, olvidaste incluir a un participante que tiene un alto interés en esta iniciativa.
- **Solución:** Incluye a tu equipo de proyecto durante la fase de identificación de participantes.

Inevitablemente, puedes olvidarte de un participante de otro departamento o acordarte de un participante y luego olvidar agregarlo a tu lista de stakeholders o de calcular el nivel de influencia e interés. Los errores de este tipo pueden ocurrir, pero tienes que evitarlos tanto como sea posible, especialmente en el caso de participantes con alto nivel de influencia e interés.

La mejor manera de asegurarte de que esto no suceda es incluir al equipo del proyecto durante el proceso de identificación de participantes. Considera llevar a cabo una sesión de lluvia de ideas con tu equipo para identificar y categorizar a cada participante para que nadie quede fuera de la lista. Si aún así no estás seguro, muéstrale la lista a tu gerente o patrocinador del proyecto para asegurarte de que no falte nadie que sí debería estar incluido. En caso de duda, ¡pregunta!

Incluir a los participantes demasiado tarde

- **Problema:** Ya iniciaste tu proyecto y luego comenzaste el análisis de los stakeholders.
- **Solución:** La próxima vez, crea el mapa de análisis de los stakeholders con anticipación.

Esta situación es bastante obvia pero vale la pena incluirla. Si olvidas incluir a un participante, úsalo como una oportunidad de aprendizaje para el siguiente proyecto. Por ejemplo, si olvidaste elaborar tu mapa de análisis de los participantes y lo hiciste después del inicio del proyecto, escríbete una nota a ti mismo para que la próxima vez no te vuelva a ocurrir.

La clave para una buena gestión de los interesados es la claridad

Para lograr que tu proyecto se desarrolle sin problemas, debes asegurarte de que las expectativas de los stakeholders coincidan con las entregas de tu proyecto; en otras palabras, debes aumentar y fomentar la claridad en todo el proyecto.

La mejor manera de hacerlo es con una herramienta de gestión del trabajo, como Asana. Las herramientas de gestión del trabajo te ayudan a coordinar a las personas y a trabajar en todos los

niveles de tu organización. Para obtener más información, lee nuestra [introducción a la gestión del trabajo](#).

Recursos relacionados



ARTÍCULO

Retail Management: Qué es y cómo impulsar la gestión del comercio minorista con Asana

Sonia Coma

10 de octubre de 2024 • 11 min de lectura





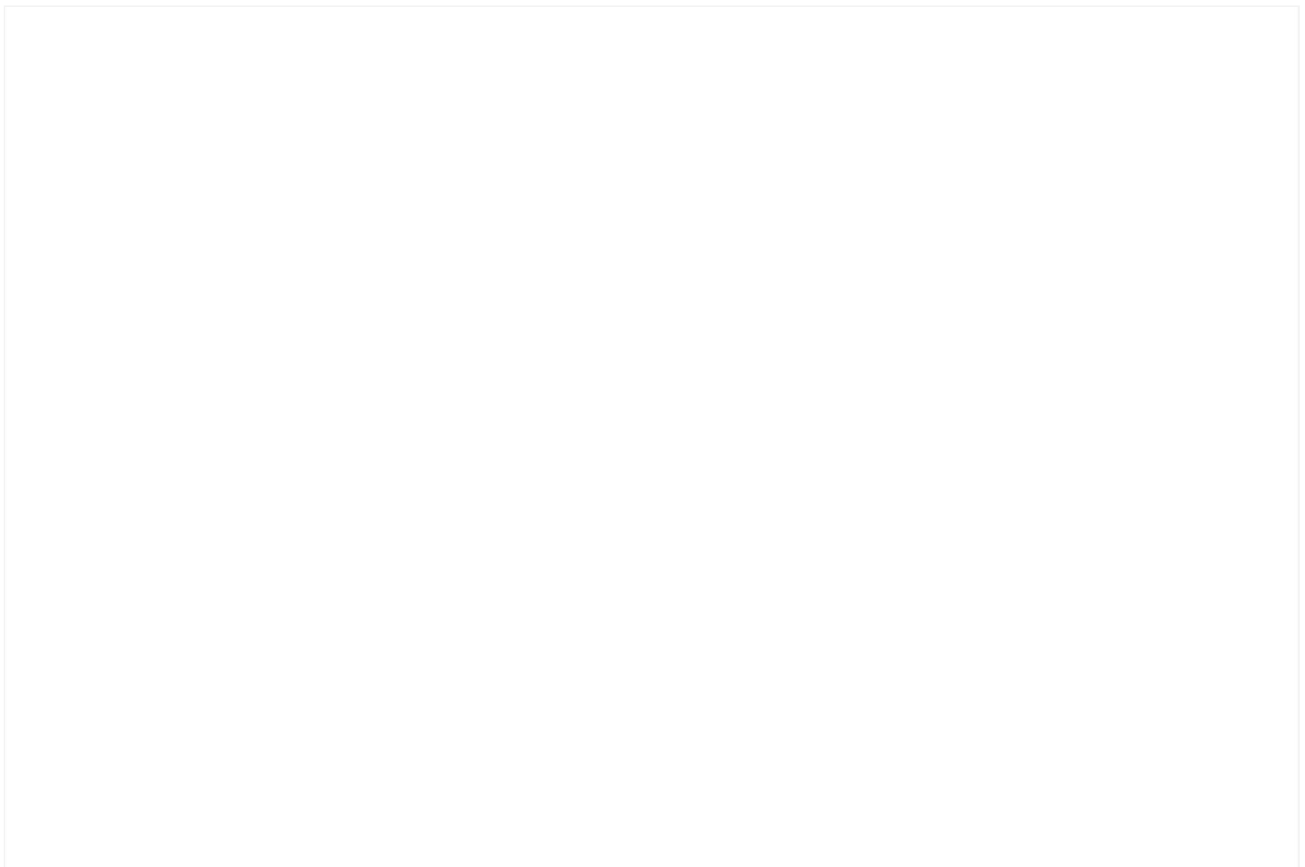
ARTÍCULO



¿Qué es el Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA)?

Julia Martins

4 de octubre de 2024 • 6 min de lectura



ARTÍCULO



Resources [ES] Comunicación Interna (card)

Sonia Coma
29 de agosto de 2024 • 9 min de lectura



ARTÍCULO

Consejos sobre coordinación de proyectos para que tu equipo pueda hacer un gran trabajo

Caeleigh MacNeil
23 de febrero de 2024 • 8 min de lectura

