

MANUAL DE HERRAMIENTAS DE ACTIVISMO

Bienvenidos y bienvenidas a ser parte de una nueva forma de vivir nuestra ciudadanía y entender nuestro rol en la democracia. Este material pretende ser una ayuda para poder incidir en la agenda de candidatas y candidatos a la presidencia y al parlamento, mediante el posicionamiento de propuestas ciudadanas que resuelvan problemas y se visualicen en la sociedad. Además, hay que seguir trabajando para que nuestra propuesta tenga un mayor alcance, tenga más apoyo y sea vista por más personas y organizaciones que se nos quieran unir para ese objetivo. En esta guía encontraremos un paso a paso para la difusión de propuestas y demandas, y consejos útiles para mejorar el trabajo de su organización y coordinar actividades de difusión.



UN PROYECTO DE



CIUDADANO
INTELIGENTE

¿Qué es lo que haremos?

La mayor parte del trabajo que realizan los gobiernos de turno responde a un programa que elaboran al momento de iniciar su gestión. Este programa durante las elecciones se elabora como forma de hacer campaña, y en él se incluyen los temas más relevantes para la comunidad. Lo que haremos será lograr que nuestra propuesta sea incluida en la elaboración de estos programas.

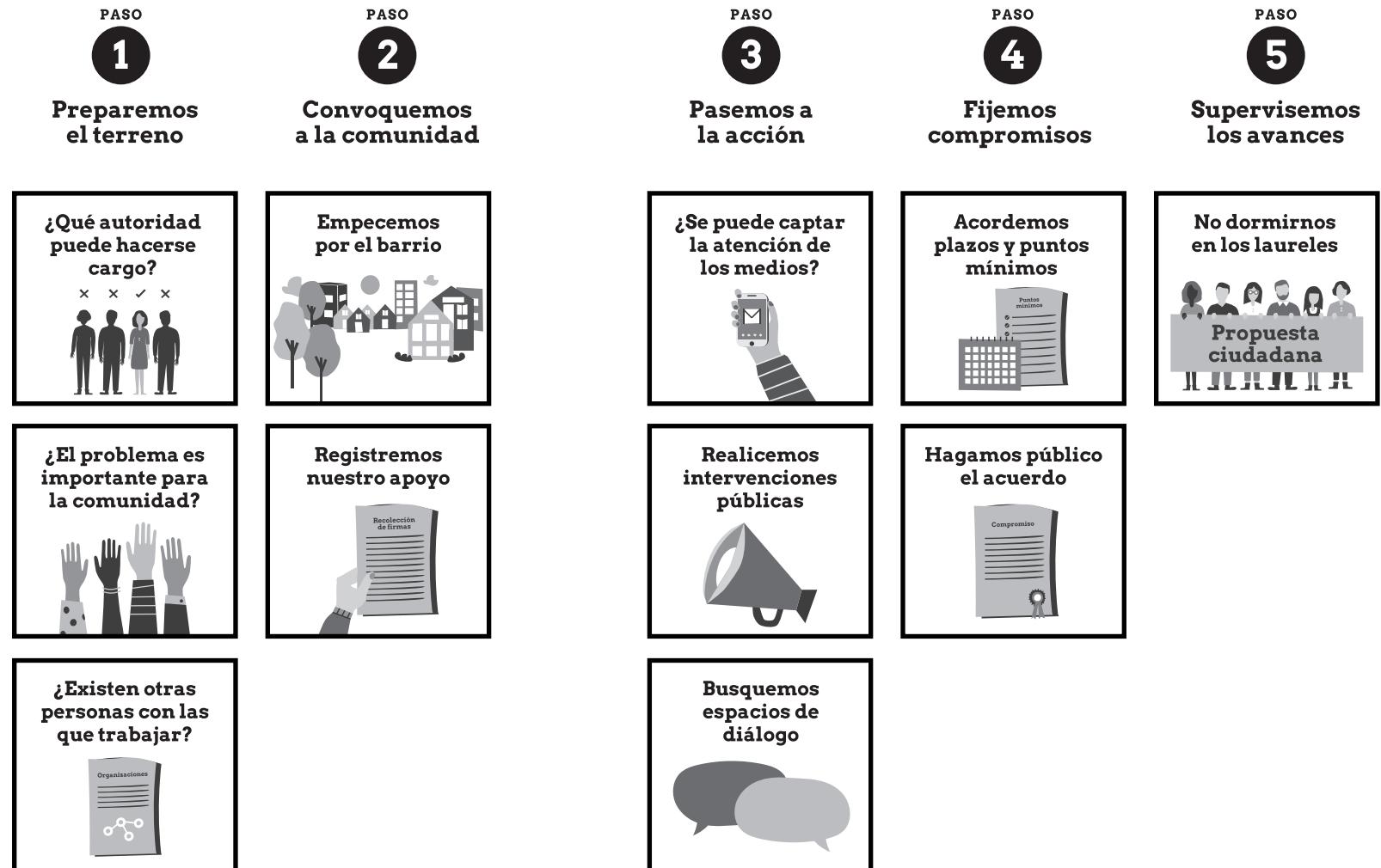
Para este caso como grupo tenemos una propuesta hecha, y lo que buscamos es que la comunidad pueda sumarse y respaldarla, para presionar a las autoridades a que se hagan cargo del problema, incorporando la propuesta en su agenda. Es decir, estamos buscando que nuestra propuesta sea parte de la agenda pública para luego pasar a la agenda de gobierno, que es cuando las autoridades deciden dedicar su atención, tiempo y recursos para realizarla.

Para lograr esto usaremos votainteligente.cl, donde se encontrará nuestra propuesta y la comunidad podrá ingresar y apoyarla. Mientras más apoyo tenga la propuesta más fuerza tendremos para dirigirnos a candidatos y candidatas y posicionarla, por lo que gran parte de nuestro trabajo se concentrará en lograr que nuestra propuesta sume apoyo en el sitio.

Modelo de incidencia



Los 5 pasos



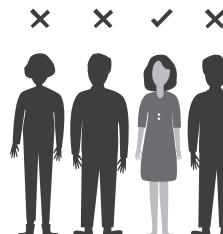
PASO

1 Preparemos el terreno

El primer paso es reunirnos a conversar y reflexionar sobre las condiciones en las que nos encontramos para iniciar nuestro trabajo. Debemos tener claro a quién nos dirigimos y por qué lo hacemos, además de saber por qué nuestra propuesta es importante y reconocer quiénes podrían querer aliarse a ella. Sabiendo esto nuestro trabajo podrá ser más organizado y eficiente.

¿Qué autoridad puede hacerse cargo del problema?

Debemos identificar claramente a nuestra contraparte. Es decir, la autoridad que dadas sus funciones y atribuciones puede hacerse cargo de nuestra propuesta y que, por tanto, es en quien centraremos nuestra atención. Esto ayudará a orientar nuestra campaña y posibles reuniones en el futuro.



Actividad completada

¿El problema es importante para la comunidad?

¿Hemos pensado por qué la ciudadanía debería sentirse llamada a apoyar la propuesta? Puede que nuestra propuesta sea muy buena y puedan compartirla muchas personas, pero si no sabemos comunicar su importancia, no lograremos mucho. Por eso, debemos discutir y reflexionar sobre cuál es el problema que soluciona, cómo lo soluciona y quiénes se verán beneficiados y beneficiadas. Así, podremos tener más claro cuáles son nuestros puntos fuertes y de esa forma podremos comunicarlos a los y las demás.



Actividad completada

¿Existen otras personas/organizaciones con las que se pueda trabajar?

El trabajo en conjunto es la clave para que nuestra propuesta pueda llegar a la mayor cantidad de personas posible y sea escuchada. Hagamos un listado de todas las organizaciones que creemos que puedan incidir de forma regional o nacional, organizaciones vecinales, autoridades y todos y todas quienes podrían apoyarnos y contactémoslas para tener su apoyo y trabajar en conjunto. Siempre será mejor tener un contacto presencial para poder conversar sobre el tema, pero si no, llamar por teléfono o escribir un mail personalizado a cada persona también es útil. Es importante tener un registro ordenado y actualizado de quienes sean posibles aliados y aliadas. Se puede consultar el material **ANEXO 1: Organicemos una campaña informativa**, ahí encontraremos consejos muy útiles para orientar la planificación de una campaña.

Revisemos el Anexo 1



Actividad completada

PASO

2 Convoquemos a la comunidad

Ahora, debemos empezar a difundir la propuesta con dos objetivos principales: sumar personas a nuestro equipo y lograr que más ciudadanos y ciudadanas adhieran a la propuesta. Por eso debemos establecer relaciones con las organizaciones afines que hemos contactado. Para que cualquier acción que realicemos sea efectiva, es necesario contar con un respaldo importante de la ciudadanía.

Empecemos por el barrio

Si logramos identificar un problema que pueda ser representativo para la ciudadanía es muy probable que parte de nuestra comunidad también se vea afectada por este, por lo que nuestro barrio puede ser un buen punto de partida. Acerquémonos a las juntas vecinales o hagamos "puerta a puerta" para conversar directamente con cada persona. Podemos organizar recolecciones de firmas para que los y las adherentes dejen constancia de su apoyo y así contemos con un respaldo visible al momento de conversar con autoridades. Pensemos en alguna forma de mantenernos en contacto para ir armando nuestro equipo. Un grupo de *WhatsApp* y/o un grupo de *Facebook* pueden ser buenas opciones.



Actividad completada

Registremos nuestro apoyo

Debemos ser capaces de tener registro del apoyo que logremos. De lo contrario no nos servirá de mucho. De ahí la importancia de tener registro ordenado de posibles aliados y aliadas y la recolección de firmas, puesto que nos indica que nuestra propuesta va ganando mayor legitimidad. Es fundamental que invitemos a quienes firman a que también expresen su apoyo a la propuesta en votainteligente.cl



Actividad completada

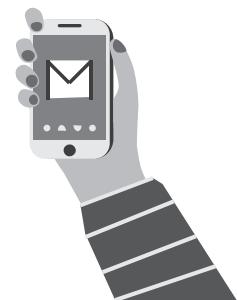
PASO

3 Pasemos a la acción

Antes de dar el siguiente paso, echemos un vistazo a los resultados que hemos obtenido con nuestra campaña. Si hemos reunido suficiente apoyo entre la ciudadanía, es momento de empezar a realizar actividades que permitan visibilizar este apoyo y buscar espacios de diálogo para instalar la propuesta en la agenda de las autoridades.

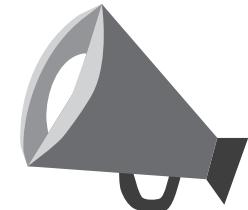
¿Se puede captar la atención de los medios?

Los medios locales son fundamentales para posicionar temas entre la opinión pública. ¿Creemos que nuestra propuesta sea capaz de llamar su atención? Contactemos a los medios que están a nuestro alcance (radios locales y nacionales, periódicos, televisión, etc.) para contarles nuestro caso. Quizás al principio no se interesen, pero es bueno tener una lista de los contactos de cada uno para poder invitarlos a las actividades que realicemos más adelante.

Actividad completada

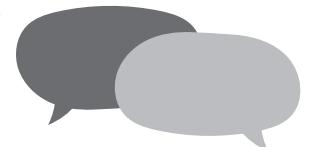
Realicemos intervenciones públicas

Una vez que hayamos iniciado la búsqueda de apoyo en nuestros barrios, es importante que demos a conocer todo el apoyo que logremos reunir, para que podamos llamar la atención de más ciudadanos y ciudadanas, medios y autoridades. Para eso, hay que buscar formas creativas de convocar a la ciudadanía en actividades públicas: marchas, concentraciones, debates entre candidatos y candidatas, foros con personas expertas y volanteos son algunas actividades que pueden realizar. Aprovechamos las calles, plazas y cualquier lugar en donde se reúna la sociedad.

Actividad completada

Busquemos espacios de diálogo

A nivel comunal y regional siempre se cuenta con ciertos espacios abiertos a la comunidad. Aunque varían entre cada realidad, es útil que busquemos cuáles son los espacios disponibles para ocuparlos. Es importante explotar todas las alternativas que tengamos a mano para que mantengamos un diálogo fluido con las autoridades que se harán cargo de llevar a cabo la propuesta.

Actividad completada

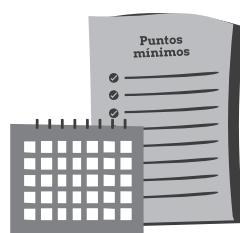
PASO

4 Fijemos compromisos

Luego del trabajo que hemos realizado en los pasos anteriores, es posible que hayamos logrado ser escuchados y escuchadas por las candidaturas y que hayan acogido nuestra propuesta. Si eso ocurre, es necesario pensar en formas a través de las cuales podamos asegurar el cumplimiento de nuestra propuesta y darle fuerza al compromiso.

Acordemos plazos y puntos mínimos

Discutamos cuáles son los aspectos más relevantes de la propuesta y que deben asegurarse para que podamos llegar a un acuerdo. Luego, fijemos plazos, para las distintas etapas del proceso de implementación de la propuesta. Los puntos mínimos nos ayudarán a ser más específicos con el acuerdo y los plazos nos permitirán monitorear el avance a futuro. Se puede consultar el **ANEXO 3: Consejos para mejorar su trabajo**, donde podremos ver cómo hacer seguimiento a una actividad y fijar indicadores.



Revisemos el Anexo 3

Actividad completada

Hagamos público el acuerdo

Organicemos un evento público con quien haya acogido la propuesta para dar a conocer el acuerdo a través de un acta firmada en la misma reunión. Invitemos a los medios y tomemos fotografías para difundirlas en las redes sociales para dar a conocer el acuerdo a toda la comunidad. Todo registro que tengamos nos servirá más adelante para recordarles a las autoridades cuál fue el compromiso que adquirieron y así mantener la presión.



Actividad completada

PASO

5 Supervisemos el avance

Una vez que hayamos logrado fijar un acuerdo, dependerá de nosotros y nosotras asegurar que se cumpla. Por ello, es fundamental que sigamos trabajando hasta que se logre la solución propuesta al problema y nos mantengamos pendientes de las medidas que se tomen para llevarla a cabo. Despues de habernos reunido y conformar un grupo de trabajo, es necesario mantener el apoyo entre el grupo. La idea es seguir en contacto, porque no debemos esperar sólo a que las candidaturas o las autoridades recojan nuestras propuestas, debemos y tenemos que seguir presionando para que se nos escuche.

No dormirse en los laureles

La historia no se acaba cuando la propuesta es acogida e ingresa en la agenda de candidatos o candidatas. Muchos acuerdos se congelan por mucho tiempo o terminan por descartarse. Por eso, es importante seguir realizando actividades para mantener a la comunidad al tanto de los avances que se logren y mantener la presión sobre las autoridades. ¿Recuerdan los acuerdos y plazos que definimos con candidatos y candidatas? Ahora cobran gran importancia. En una línea de tiempo podemos medir el avance de la propuesta en el tiempo y compararlo con las expectativas que teníamos al momento de firmar el acuerdo. Para esto es necesario mantener reuniones con las autoridades. Así, podremos estar al tanto de los planes y cambios existentes que haya podido sufrir nuestra propuesta, además de transparentar y difundir la información que podamos obtener.



Actividad completada

Movámonos por el voto

Después de reunirnos, elaborar nuestras propuestas y hacerlas públicas, queda un siguiente paso: votar. Ahora que hemos hecho este ejercicio, sabemos qué cosas nos preocupan y qué esperamos que hagan las futuras autoridades.

Ya hemos pasado por distintas actividades y etapas durante este proceso. Es probable que en el camino te hayas convencido de que hay ciertas candidaturas que representan de mejor manera que otras lo que tú crees que el país necesita en este momento y hayas decidido ir a darle tu apoyo votando por ellas en las elecciones.

Ahora, un solo voto no hace la diferencia. Si quieres que resulten electas aquellas personas que te representan, debes mover a más personas a apoyar la candidatura con que te identificas. El voto es un derecho individual, pero que tiene su fuerza en lo colectivo, somos una gran cantidad de personas quienes tenemos las mismas preocupaciones y creencias, debemos hacernos parte en

conjunto y tú puedes cumplir un rol en ello. Es el momento para salir a conversar y hablar de las alternativas en competencia y sus propuestas con nuestra familia, amistades y personas del barrio e invitarlas a apoyar a quien consideramos la mejor alternativa.

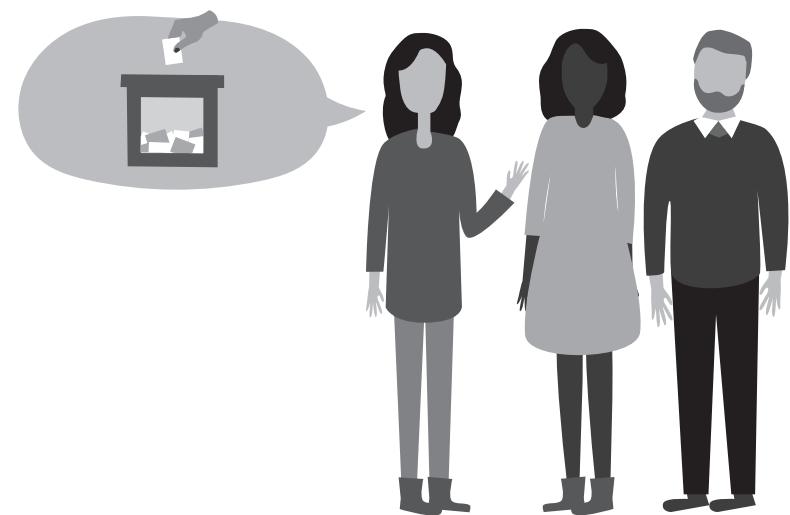
Las elecciones son el momento para estar presentes: si queremos que las decisiones de las futuras autoridades nos representen y atiendan a nuestras preocupaciones, es fundamental que nos hagamos sentir como electores y electoras. Si no lo hacemos, habrá quienes sí lo harán y las autoridades atenderán a sus necesidades sin considerar adecuadamente las nuestras. De esa forma, no podemos dejar de ver la oportunidad que significa votar, es la forma de hacernos parte de las decisiones en igualdad de condiciones: cuando votamos, todas y todos valemos lo mismo. Si no lo haces, son tus preferencias y opiniones las que quedan fuera.

Recuerda que el voto también nos sirve para expresar de forma clara nuestra disconformidad con las alternativas en competencia, votando nulo o votando blanco. Si crees en el ejercicio de la democracia, pero ninguna alternativa te representa, no dejes de estar presente mostrando cuál es tu posición.

Muchos consideran que votar no sirve para nada, pero para revertir esta situación debemos hacernos presente en conjunto y demostrar que la política nos pertenece; participando colectivamente lograremos un gobierno más nuestro, más democrático y más representativo.

¿Vale la pena votar? Sí, vale la pena que lo hagas y que te sumes con tu comunidad a este proceso colectivo, así que ¡Vayamos, participemos, votemos!

Te invitamos a revisar el sitio del www.nuestrovoto.cl donde podrás encontrar datos, experiencias y herramientas que te ayudarán a fomentar la participación electoral de más personas y a ver lo importante que es votar hoy en Chile.



¿Qué más podemos hacer?

Dentro del proceso por el cual hemos pasado para la elaboración de propuestas fuimos capaces de ver que habían soluciones que se podían proponer a las candidaturas, pero que habían otras que éramos capaces de hacer como comunidad. Este es el momento de poner en marcha aquellas acciones que podemos aportar como ciudadanía y mostrar que nos queremos hacer responsables de la solución del problema. Por ejemplo, si nuestra propuesta es que se regule el excesivo uso de bolsas plásticas en los supermercados, podemos partir por una campaña en nuestra comunidad para que usemos bolsas reutilizables. Este tipo de acciones mostrarán nuestro compromiso con la solución, por lo que es importante que también sean parte de nuestra estrategia comunicacional, la cual definiremos según los consejos del **ANEXO 1**:

Organicemos una campaña informativa.

¿QUÉ NOS QUEDA DE ESTA EXPERIENCIA?

Durante toda esta experiencia hemos hecho y aprendido muchas cosas. Fuimos capaces de identificar un problema que nos afectaba como ciudadanía, pensamos en una solución, elaboramos una propuesta y logramos que esta fuese compartida por más personas. También, logramos articularnos con organizaciones sociales y otras personas de la sociedad que compartieron nuestro interés por lograr soluciones. Es decir, fuimos capaces de asumir un rol activo como ciudadanía, reunirnos, organizarnos y desde el trabajo colectivo, hacer un aporte para mejorar la calidad de vida de nuestra sociedad.

Nuestro aprendizaje es que podemos replicar esta experiencia en otros momentos y toda vez que queramos dar soluciones a los problemas que nos afectan, sean dentro de nuestra propia comunidad o en una problemática que afecte a muchas más personas. De esta forma, lograremos tomarnos nuestros espacios y así avanzar hacia una mejor democracia, que tenga como parte fundamental la acción, organización y participación ciudadana.



ANEXOS

ANEXO 1

Organicemos una campaña informativa

Para que la propuesta pueda ganar el respaldo de la comunidad será necesario darla a conocer a la mayor cantidad de personas posible y saber comunicarla de manera que la ciudadanía pueda entender su importancia.

En esta sección ofrecemos una guía para saber cómo planificar y llevar a cabo una campaña que permita difundir la propuesta y llamar a nuestra comunidad a apoyarla.

1

ANALICEMOS LA SITUACIÓN



Definamos el mensaje

- ¿Cómo podemos describir las implicancias del problema que queremos atacar?
- ¿En qué consiste nuestra propuesta para solucionar este problema?
- ¿Por qué es importante que nuestra propuesta se realice?
- ¿Cuáles son los principales beneficios que entrega nuestra propuesta?
- ¿Quiénes serán los/as principales beneficiados y beneficiadas con nuestra propuesta?

Definamos nuestro público

- ¿A quiénes queremos llegar con nuestra campaña?
- ¿Qué es lo que sabemos de nuestro público?
- ¿Qué queremos que nuestro público entienda?
- ¿Qué esperamos que nuestro público haga?

Fijemos nuestras metas

- ¿Cuánto tiempo queremos que dure nuestra campaña?
- ¿Qué esperamos lograr en ese tiempo?
- ¿Cómo podemos saber si nuestra campaña está funcionando? Definir con qué dato vamos a medir el avance de nuestra campaña.

2**AERRICEMOS LA INFORMACIÓN**

Una vez hecha la reflexión del paso anterior, debemos reunir toda esta información y orientarla pensando en la campaña.

**¿Qué comunicaremos?**

Mensaje central de la campaña. Debemos ser capaces de expresarlo en una frase corta y sencilla que explique la propuesta tomando sus puntos esenciales.

.....

¿A quién se lo comunicaremos?

Descripción del público objetivo (edad, género, ocupación, etc.)

.....

¿Cómo lo comunicaremos?

Definir los canales a utilizar. Debemos ser coherentes con el público objetivo ¿Nuestro público utiliza constantemente las redes sociales o no está conectado a internet? ¿Será mejor volantejar o usar Facebook para llegar a nuestro público? Preguntas de este tipo son útiles para saber cuál será el mejor medio para conectarnos.

.....

¿Cómo medimos nuestro éxito?

Pensemos en indicadores que permitan saber qué tan efectiva está siendo la campaña y ordenémoslo en plazos de tiempo. Ejemplo: *Cuántas personas se han sumado a nuestro equipo en las dos primeras semanas de la campaña.*

.....

3

**ALGUNAS ALTERNATIVAS
PARA REALIZAR LA CAMPAÑA**

Redes Sociales

Las redes sociales son un gran espacio para la difusión de iniciativas de distinto tipo. Dentro de ellas, *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* se encuentran entre las más populares. Las redes tienen distintas funciones y características. Debemos pensar muy bien qué queremos hacer para saber qué uso darle a cada una.



Facebook

Facebook es una herramienta social que permite ser más directo y cercano. El rango de edad es amplio y se puede invitar a otras personas a eventos e iniciativas de todo tipo. Aquí podemos publicar contenido extenso y detallado de manera periódica:

- **Página (fan page):** Consiste en una página que usuarios y usuarias pueden seguir al seleccionar “Me gusta”. En ellas se puede publicar contenido periódicamente y compartirlo desde nuestros perfiles. La información que en ella publiquemos llegará a todas las personas que nos sigan y estas podrán compartir y comentar sus publicaciones.
- **Grupo:** Un grupo es creado por una o varias personas y puede ser público o privado. Puede ser muy útil para la organización del trabajo al interior del equipo, y para que las personas interesadas en adherir puedan sumarse a trabajar en nuestra causa.

Twitter

En *Twitter* prima la información breve e inmediata. Las publicaciones no pueden exceder los 140 caracteres (letras, espacios y símbolos) y son visibles para cualquier persona. En *Twitter* las personas buscan referirse a temas contingentes y muchas veces son ellas mismas las que marcan la pauta de qué es lo importante, por lo que para sobrevivir en *Twitter* hay que mantenerse constantemente con actividad.

- **Hashtag (#):** El “hashtag” o “gato” es la etiqueta que se usa en *Twitter* para clasificar el tema de las publicaciones que se realizan y permite ordenarlas según actualidad y popularidad. Una campaña puede crear un *hashtag* y así permitir que otras personas lo usen y lo compartan. Sumarse a hashtag existentes y que creamos que pueden ser afines también sirve para llegar a más personas con nuestras publicaciones.

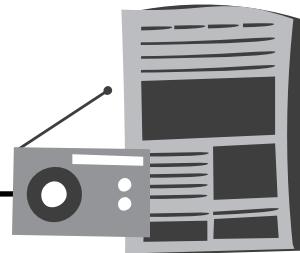
Instagram

En *Instagram* lo primordial son las imágenes, como red social permite capturar y compartir momentos en el tiempo. Como herramienta, sirve para reforzar nuestra iniciativa y compartir información para los y las demás, mediante la acumulación de fotografías o infografías, además de reforzar aún más las otras redes sociales y nuestra propuesta. Mientras más personas nos sigan, sabremos que la información llega a más público, por tanto se hace mucho más visible nuestro trabajo. Esta red suele tener un público de segmentos etarios más juveniles, por lo que si queremos contar con el apoyo de jóvenes este es un buen espacio para buscarlo. En *Instagram*, al igual que en *Twitter*, se pueden usar *hashtag* para clasificar publicaciones o para sumarse a otros que existan y llegar a más personas.



Difusión en terreno

Las calles y espacios públicos siguen siendo lugares que no tenemos que dejar pasar. Podemos imprimir afiches para pegar en las calles o repartir volantes entre la comunidad para aprovechar de explicar de qué se trata nuestra propuesta. La creatividad es importante para que las actividades puedan ser llamativas y convocar a ciudadanas y ciudadanos y, quizás, también a los medios.



Medios locales y nacionales

Los medios locales y nacionales también son un espacio importante de difusión. La situación no es igual en cada comuna o región y pueden variar el alcance y cobertura que ofrecen. Estudiemos cuáles son los medios que tienen mayor llegada entre la comunidad (radio, periódico, televisión, etc.) para ver a cuáles acudir. No olvidemos que también se puede llamar la atención de los medios organizando actividades llamativas y convocantes.

Aprovechemos los espacios de participación disponibles

Actualmente se cuenta con algunos espacios públicos para la participación ciudadana. Conocer y saber cómo ocupar estos espacios es muy útil y necesario, y con esta información, podemos saber cómo aprovechar cada uno.



1

FONDOS CONCURSABLES

Si la solución al problema o la propuesta puede ser llevada a cabo por nuestro grupo, esta es una buena opción para poder concretar el proyecto. Las municipalidades destinan fondos para financiar proyectos que aporten al mejoramiento de la comuna, los que pueden ser otorgados a organizaciones locales.

Asimismo, los gobiernos regionales destinan el 2% del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) para realizar concursos públicos relacionados con temas de cultura, deportes, desarrollo social o seguridad pública (varía dependiendo de cada región).

2

CONSEJO COMUNAL DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (COSOC)

El Consejo Comunal de Organizaciones de la Sociedad Civil (Cosoc) es un espacio en donde las organizaciones de la sociedad civil existentes en la comuna pueden realizar observaciones a la gestión de autoridades regionales, pedir rendición de cuentas y proponer asuntos que este debiera atender. Si bien el Cosoc no tiene atribuciones para implementar una política pública, sí puede participar en el diseño, desarrollo y ejecución de ellas, y se puede acudir a las organizaciones que participan en él, para que la propuesta sea abordada en las reuniones que el organismo tenga con la autoridad correspondiente.

ANEXO 3

Consejos para mejorar su trabajo

A continuación encontraremos un breve manual con consejos que podrán ayudarnos a planificar las actividades que queramos llevar a cabo como organización en el marco de nuestra campaña o en cualquier otro ámbito de nuestro trabajo.

Esta guía se basa en la aplicación del criterio *SMART* para definir objetivos “específicos”, “medibles”, “alcanzables”, “orientados a resultados” y “en un marco de tiempo específico”. La utilidad de esto será ayudarnos a ordenar mejor el trabajo, definir objetivos claros que hagan más fácil supervisar las tareas y la evaluación de los resultados.



1 DEFINIR LA ACTIVIDAD

Definir claramente la actividad es la base de todo. Aunque pueda sonar muy obvio, saber qué es lo que vamos a hacer requiere que pensemos muy bien qué es lo que queremos lograr, imaginando la situación ideal que queremos alcanzar. Haciendo esto será más fácil ordenar el trabajo.

- ¿Qué queremos lograr?
- ¿Qué vamos a hacer para lograrlo?

Pensaremos primero en cuál es la situación ideal que queremos alcanzar y luego qué haremos para lograrla. Después, habrá que definir el objetivo específico de lo que haremos. Es posible que la acción a realizar no tenga como objetivo alcanzar la situación ideal, pero sí puede ser un avance en esa dirección.

2 DEFINIR OBJETIVOS

Supongamos que nuestra propuesta consiste en un aumento de horas de formación ciudadana para las escuelas, colegios y liceos del país, para de esta forma potenciar nuestra ciudadanía desde temprana edad.

Para llevar a cabo esta propuesta uno de los objetivos será reunir apoyo entre la comunidad. Para lograrlo será necesario que nuestra comunidad conozca la propuesta y su valor, y para lograr esto iniciaremos una campaña informativa. Al iniciar la campaña nos preguntaremos ¿cuál será el objetivo de esta? quizás no sea directamente “aumentar las horas de formación cívica”, sino más bien “reunir adherentes para la propuesta”.

Siendo así ¿Cuál es la cantidad de adherentes que queremos reunir? ¿Cómo podremos medir la cantidad de adherentes? Siguiendo esta lógica debemos ser capaces de definir un objetivo muy específico y que nos permita conocer su estado de avance. Es decir, que sea acotado y medible.



3 ESTABLECER INDICADORES

Un objetivo que puede ser medido facilita las tareas de monitoreo y evaluación. Para esto, es necesario establecer indicadores.

Los indicadores son datos que muestran de manera objetiva el nivel de éxito que tuvimos con una determinada acción. Es decir, no sólo nos permiten saber si el resultado fue “bueno” o “malo” sino que podemos evaluar “qué tan bueno” o “qué tan malo” fue.

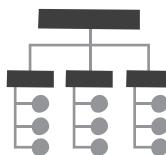
Para poder definirlos debemos realizarnos la siguiente pregunta: “¿Cómo sabremos si estamos teniendo éxito?” al responder esta pregunta debemos hacer una lista de todo aquello que permita comprobar los resultados que se están teniendo con la acción.

Ejemplos: aumento en el número de adherentes, cantidad de nuevas inscripciones en el equipo, cantidad de personas que asisten a las actividades del equipo, etc.

Los indicadores deben responder también a un marco de tiempo específico. Esto quiere decir que debemos definir plazos en los que observaremos sus indicadores para evaluar cómo se está realizando el trabajo. Ejemplo: *Cantidad de personas que se suman al equipo al terminar la primera semana*.



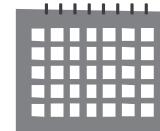
4 DIVIDIR TAREAS



Teniendo nuestro objetivo principal bien definido, hay que pensar cómo llegar hasta él. Dividir el trabajo es una buena forma de organizarse para abordarlo de manera mucho más eficiente. Hagamos una línea de tiempo donde podamos ordenar las etapas que tendremos que pasar antes de alcanzar el objetivo. Anotemos las tareas que se requerirán en cada etapa y cuáles se deberán realizar durante todo el proceso. Ejemplo: *Primera etapa: Organizar actividades en terreno, difundir por redes sociales, contactar autoridades, etc.*

Cada tarea debe tener su objetivo, plazos y personas a cargo. Esto hará más fácil el proceso de evaluación y permitirá orientar de mejor forma los cambios que se tengan que realizar al interior de la organización para mejorar su funcionamiento.

5 LLEVEMOS NUESTRA PROPIA AGENDA



Si ya hemos planificado el trabajo, con sus indicadores y tareas, es importante que tengamos un registro de todas las tareas por realizar y cuáles ya se han cumplido. Esta información debe ser abierta a todas las personas del equipo, para que todas puedan saber sus tareas y cómo han avanzado las otras. El calendario de *Google Drive* y *Trello* son herramientas muy útiles que podemos usar para organizar nuestro trabajo.

6 SEGUIMIENTO Y MONITOREO



Durante la planificación definimos tareas que iban a componer el proceso para llegar a su objetivo, establecimos indicadores para poder observar el avance que tendría el objetivo que nos propusimos y fijamos los plazos en los que realizaríamos cada tarea.

Una vez que el trabajo esté andando estos plazos serán fundamentales. Tomemos una de las actividades que realizaríamos y comparemos el trabajo que llevamos avanzado con lo que esperábamos tener listo para esa fecha y preguntémonos ¿Estamos cumpliendo con los plazos? Si la respuesta es negativa, sabremos que algo se está haciendo mal y hay que mejorarlo. Esta lógica busca comparar siempre los avances reales con las expectativas para identificar a tiempo los problemas que hayan.

7 EVALUACIÓN



Una vez realizadas las acciones vendrá el momento de evaluar el trabajo realizado. La estructura de trabajo que aquí proponemos permitirá una evaluación más clara y útil, ya que podremos saber objetivamente cómo fueron los resultados al observar los indicadores, mientras que gracias a la división del trabajo sabremos específicamente qué áreas fueron las más débiles, lo que será una gran ayuda para saber qué aspectos se deben mejorar a futuro.

NOTAS

NOTAS