



Sección 2: ¿Qué queremos lograr?

- ¿Cuál es el problema que necesitamos abordar?
- ¿Cuáles son los factores que contribuyen al problema?
- ¿Qué factores se pueden abordar mediante el SM4BC?
- ¿Cuáles son nuestros objetivos para las redes sociales?

Sección 2-

Establecer metas y objetivos - ¿Qué queremos lograr?



2^A ¿Cuál es el problema que necesitamos abordar?

Importancia ★ ★ ★

Tiempo ★

Costo ★

Resumen

Definir el problema lo más específicamente posible para asegurar que nuestros esfuerzos están encaminados en la misma dirección.

¿Por qué esto es importante?

Seguramente ya tenemos una idea del problema principal que debemos resolver, basándonos en la misión y las prioridades actuales de la organización. *Definir el problema lo más claramente posible desde el principio nos ayudará a no perder el tiempo con un asunto irrelevante.*



Consideraciones clave

1

¿Cuáles son los problemas que aborda la misión de la organización?

2

¿Se ha llevado a cabo un análisis de necesidades para determinar cuáles son los problemas más acuciantes de la población a la que asistimos?

3

Sobre la base de la estrategia general de la organización, ¿cuáles son los asuntos prioritarios para la comunicación?

4

¿Existe un área o un ángulo particular del problema que se desea abordar? Por ejemplo, con respecto al problema de las viviendas que no están preparadas para los desastres, nos podemos enfocar en: un tipo particular de riesgo natural (inundación, incendio, terremoto); las tareas específicas que la gente necesita llevar a cabo (preparar un botiquín de primeros auxilios, reforzar las bases de la vivienda), las políticas locales pertinentes (reglamentos urbanísticos), o las políticas de alto nivel (legislación relacionada con el cambio climático).



Pasos a seguir

1

Consultar a la directiva de la organización para comprobar que el(los) problema(s) que nos parecen prioritarios encajan en las prioridades nuevas o existentes de la organización.

2

Si es posible, llevar a cabo un análisis de necesidades para que nuestro trabajo esté alineado con los problemas principales percibidos por la comunidad.

3

Definir el problema lo más claramente posible, abarcando los aspectos que nos parece importante incluir y los que no vamos a incluir.

4

Intentar reformular el problema de otra manera para identificar soluciones más creativas.

Para más información:

- [Are You Solving the Right Problems?](#)
- [Solve the Right Problems with this 7-Step Problem Framing Workshop Template](#)

- [How To Frame A Problem To Find The Right Solution](#)
- [Recognition: Define Your Problem and Map Out the Challenge - Humanitarian Innovation Guide](#)
- [Hub de Participación Comunitaria - FICR](#)

Ejemplo:



<https://twitter.com/NoNatDisasters/status/1221946804788518912>

2^º ¿Cuáles son los factores que contribuyen al problema?

Importancia ★★★★★

Tiempo ★★

Costo ★★

Resumen

Los grandes problemas a menudo tienen diferentes causas. Si identificamos los factores que tienen influencia sobre la comunidad, podemos evaluar hacia dónde enfocar las actividades y las soluciones.

¿Por qué esto es importante?

Aun cuando pensemos que entendemos el problema, puede que no hayamos tomado en cuenta todos los aspectos importantes. Podemos identificar estos factores hablando con expertos y buscando información

disponible en Internet o en otro tipo de soportes. Lo más importante es *cómo los miembros de la comunidad perciben el problema desde su propio punto de vista; puede que ellos conozcan aspectos del problema que no son evidentes para los demás.*

Por ejemplo, si el problema que queremos abordar es la reducción del daño en las viviendas causado por los terremotos, hay que pensar en los diferentes niveles que pueden tener influencia al respecto:

- **Nivel individual** – tal vez las personas no crean que tienen la capacidad de prevenir que un terremoto dañe sus viviendas.
- **Nivel interpersonal** – si se hacen mejoras en la estructura de una vivienda que comparte paredes con otra, esto puede causar problemas entre los vecinos por causa del ruido y el polvo.
- **Nivel medioambiental** – la válvula de salida de gas está atascada y no se puede cerrar.
- **Nivel organizacional** – la ferretería local no tiene correas ni soportes para asegurar los calentadores de agua.
- **Nivel comunitario** – la comunidad está acostumbrada a la asistencia de las ONG después de los desastres y por ello no tiene ningún plan de preparación comunitaria.
- **Nivel Social** – los residentes no tienen los recursos económicos suficientes para construir viviendas sólidas que puedan soportar un terremoto.



Consideraciones clave

1

¿Dónde podemos encontrar información sobre el problema y los factores que lo rodean? Puede que la organización ya haya compilado esta información como parte de su labor.

2

¿Se ha consultado a los miembros de la comunidad específica que estamos intentando ayudar? Seguramente ellos conocen mejor que nadie los factores que contribuyen al problema y las consecuencias que estos tienen sobre distintos aspectos de sus vidas.

3

Aunque es más fácil observar solo el nivel individual y quedarse allí, debemos ser capaces de observar el panorama completo para lograr un impacto más eficaz. Abordar los problemas de niveles más altos puede tener un efecto cascada y generar cambios positivos para los individuos.



Pasos a seguir

1

Buscar información (en la organización, por Internet o en estudios publicados) sobre el problema específico que queremos abordar, sus causas y sus posibles soluciones.

2

Llevar a cabo un análisis de necesidades con los miembros de la comunidad para conocer mejor el problema (en la forma en que ellos lo perciben), los factores contribuyentes y las soluciones que ellos proponen. ([Ver sección 2A.](#))

3

Para cada nivel de cambio (individual, comunitario, etc.), enumerar los factores que contribuyen al problema, sobre la base del análisis de necesidades y otros análisis o evaluaciones que hayamos hecho.

Para más información:

- [Hub de Participación Comunitaria - FICR](#)
- [Socio-Ecological Model](#) – SBCC for Emergency Preparedness

- [Intro to the Ecological Model \(video\)](#)
- [Detecting Disaster Root Causes](#)

Ejemplo:

Modelo Socioecológico



2^o ¿Qué factores se pueden abordar mediante el sm4bc?

Importancia ★★★

Tiempo ★

Costo ★

Resumen

No es posible resolver cada uno de los factores de influencia mediante el proceso SM4BC, por ello hay que centrar los objetivos en aquellos elementos que pueden ser abordados en las redes sociales.

¿Por qué esto es importante?

Una vez que hemos identificado los componentes que contribuyen al problema, podemos luego analizar cuáles de estos podrían responder mejor a un enfoque SM4BC. Los problemas que están reforzados por las fuerzas sociales y las estructuras de poder, tales como la pobreza o la discriminación sistemática, quizás no puedan abordarse mediante un enfoque orientado al cambio de comportamiento individual y requieran otro tipo de intervención.

El uso de las redes sociales es más eficaz para abordar ciertos aspectos del cambio de comportamiento, entre ellos:

- Educación y sensibilización
- Empoderamiento (ayudar a las personas a sentir que tienen el para cambiar)

- Desarrollo de habilidades: proveer herramientas mentales que las personas puedan usar para cambiar
- Autoeficacia (creer que se tiene la habilidad para asumir el comportamiento)
- Normas sociales (ayudar a que las personas sientan que el comportamiento es normal; conectar con otras personas que están trabajando en el cambio)
- Apoyo social
- Llamado a la acción (recordar a las personas que actúen en el lugar y el momento adecuados)



Consideraciones clave

1

Pensemos sobre cada factor relacionado con el problema y si los individuos pueden actuar por sí mismos para enfrentarlo. ¿Se puede llegar a las audiencias a través de las redes sociales? Si no es posible, necesitaremos otro tipo de actividades para el cambio de comportamiento.

2

El sentido de las redes sociales debe ser la comunicación. ¿Existen aspectos del problema que serían más fáciles de comunicar en el formato que proporcionan las redes sociales? ¿Algunos aspectos del problema son muy complejos? ¿Sería mejor abordar el problema mediante la relación cara a cara entre un profesional de la salud y su paciente?

3

Es mejor centrarse en algunos aspectos específicos para el cambio de comportamiento de la comunidad (tales como el desarrollo de habilidades, la autoeficacia y las normas sociales), en lugar de abordar todos los elementos al mismo tiempo. O adoptar una aproximación por fases y cambiar la prioridad conforme pasa el tiempo, sobre la base de la teoría del cambio.



Pasos a seguir

1

Desarrollar una teoría del cambio que describa el proceso de cómo las causas subyacentes se conectan entre ellas y con el problema principal.

2

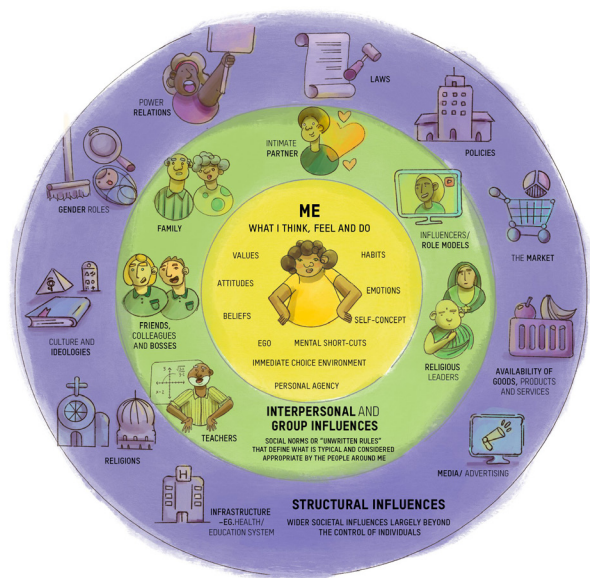
Observar la lista de factores que tienen influencia sobre el problema y resaltar aquellos que resulten más propensos al cambio a través de los métodos descritos anteriormente.

Para más información:

- [Theory of Change – DIY Toolkit](#)
- [Theory of Change in Ten Steps – NPC](#)
- [Behaviour Change Communication Using Social Media: A Review](#)
- [How to Create Sustainable Behaviour Change Through Social Media Marketing](#)

Ejemplo:

En la siguiente ilustración, las características individuales que se encuentran en el centro amarillo son las más influenciadas a través de las redes sociales. También podemos influir sobre los factores interpersonales del anillo verde, pero los factores a nivel estructural del anillo azul requieren otro tipo de intervención.



THIS GRAPHIC WAS PRODUCED BASED ON INPUT FROM JUAN CARLOS ARRA, JARHARRS RUIZ, RUTH MAYNE AND THOMAS DONMORE RODRIGUEZ

<https://views-voices.oxfam.org.uk/2020/09/wash-your-hands-why-influencing-behaviours-is-more-complicated-than-we-think/>

2^º ¿Cuáles son nuestros objetivos para las redes sociales?

Importancia ★ ★ ★

Tiempo ★

Costo ★

Resumen

Los objetivos de las redes sociales deben apoyar las metas y los objetivos de comunicación del programa. Estos definen específicamente cómo las actividades en las redes sociales contribuyen a generar el cambio de comportamiento.

¿Por qué esto es importante?

Los objetivos describen los pasos necesarios para alcanzar la meta definitiva del cambio de comportamiento. ¿Qué se necesita para impulsar a la comunidad a emprender acciones? ¿Es necesario que las personas conozcan lo que se debe incluir en un plan familiar de emergencia? ¿La comunidad piensa que sus hogares corren riesgo de sufrir un incendio? Crear objetivos específicos nos proporciona una estructura para trazar una estrategia que nos lleve a la meta definitiva del cambio de comportamiento. También nos ayuda a evaluar si estamos en el camino correcto.

Los objetivos deben ser redactados para responder a las siguientes preguntas:

- ☐ ¿QUIÉN hará QUÉ, CUÁNDO y CUÁNTO COSTARÁ?

Al redactar los objetivos, debemos asegurarnos de que siguen el modelo **SMART** (acrónimo en inglés) y que cada uno de ellos es:

- **Específico** – ¿Cuál es el cambio observable que va a ocurrir?
- **Medible** – ¿Qué métricas usaremos para saber en qué medida está ocurriendo el cambio?
- **Alcanzable** – ¿Qué tipo de cambio es razonable que suceda y en qué medida?
- **Relevante** – ¿Nos acercará a la meta definitiva?
- **Definido en el tiempo** – ¿Cuánto tiempo es razonable destinar para cumplir este objetivo?



Consideraciones clave

1

Cada objetivo de redes sociales debe relacionarse con las metas de la organización. De lo contrario, estaremos perdiendo el tiempo en actividades irrelevantes.

2

Podemos tener diferentes objetivos para diferentes grupos de personas. Al definir las audiencias prioritarias, hay que pensar en cuál es el cambio más importante para cada grupo.

3

Se debe tomar en cuenta que los objetivos no representan en sí mismos las actividades de las redes sociales; los objetivos son más bien los motivos para escoger determinadas estrategias y herramientas.

4

Desde un principio, hay que pensar en cómo haremos el seguimiento de los avances de los objetivos para crear indicadores para la evaluación.



Pasos a seguir

1

Revisar los objetivos generales de comunicación y determinar cuáles de ellos podrían estar apoyados por las redes sociales.

2

Redactar al menos tres objetivos de las redes sociales en el formato SMART.

Para más información:

- [SBCC for Emergency Preparedness Implementation Kit – Unit 6: Developing Communication Objectives and Indicators](#)
- [25 SMART Social Media Objectives](#)

Ejemplo

A continuación, se muestran algunos ejemplos de objetivos para las redes sociales que pudieran servir de apoyo a un objetivo de comunicación de un Sistema de Alerta Temprana que consiste en que los residentes salgan del vecindario cuando se anuncia la orden de evacuación:

- **Conocimientos:** los seguidores de las redes sabrán, a través del canal de las redes sociales del programa, que se ha emitido una orden de evacuación del vecindario dentro de los 15 minutos posteriores al anuncio oficial y que la información será actualizada cada 30 minutos.
 - **Ejemplo de actividad en las redes sociales:** publicaciones con listas y mapas gráficos de vecindarios.
- **Actitudes:** tras dos meses del comienzo de nuestra campaña, el 90% de las familias confiará en que

nuestros alojamientos comunitarios de emergencia son un lugar seguro para llevar a sus niños en caso de una evacuación.

- **Ejemplo de actividad en las redes sociales:** publicaciones previas a la emergencia con fotos y videos de alojamientos acogedores, y publicaciones durante la emergencia en la que las familias hablen sobre su experiencia.



Apoyo social: al menos diez seguidores de nuestras cuentas en redes sociales compartirán información en sus propias cuentas durante una emergencia sobre la orden de evacuación o la ubicación de los alojamientos.

- **Ejemplo de actividad en las redes sociales:** incentivar a los seguidores para que compartan ampliamente la información, agradecerles cuando lo hacen de forma precisa y corregir la información errónea que sea compartida.



Hoja de trabajo 2 - METAS Y OBJETIVOS DE LAS REDES SOCIALES ACCEDER EN LÍNEA **AQUÍ**

1.

¿Cuál es el problema que necesitamos abordar?

2.

Sobre la base del problema que hemos identificado, ¿cuál es la meta que las redes sociales ayudarán a alcanzar? (Especificar cómo será el éxito alcanzado).

3.

¿Se ha llevado a cabo un análisis de necesidades para determinar cuáles son los problemas más acuciantes de la población a la que asistimos?

- ☐ Si
- ☐ No => Asegurarse de que los problemas identificados están alineados con las prioridades de la audiencia.

a) a nivel individual (conocimientos, actitudes, autoeficacia, normas sociales percibidas)?

b) a nivel interpersonal (influencia de amistades y familiares, apoyo social)?

4.

¿Cuáles son los factores que contribuyen al problema...

4.

¿Cuáles son los factores que contribuyen al problema...

c) a nivel ambiental (infraestructuras)?

d) a nivel organizacional (trabajo, escuela, comercios)?

e) a nivel comunitario (líderes, gobierno, toma de decisiones local)?

f) a nivel social (cultura, valores, normas de género, condiciones económicas)?

5.

Ahora marcar los factores mencionados que podrían modificarse a través de un enfoque de cambio de comportamiento.

6.

¿Cuáles son los objetivos para las redes sociales?

a) [¿QUIÉN?] hará [¿QUÉ?] para [¿CUÁNDO?] y [¿POR CUÁNTO?]

b) [¿QUIÉN?] hará [¿QUÉ?] para [¿CUÁNDO?] y [¿POR CUÁNTO?]

c) [¿QUIÉN?] hará [¿QUÉ?] para [¿CUÁNDO?] y [¿POR CUÁNTO?]

6.

d) [¿QUIÉN?] hará [¿QUÉ?] para
[¿CUÁNDO?] y [¿POR CUÁNTO?]

**¿Cuáles son los
objetivos para las
redes sociales?**