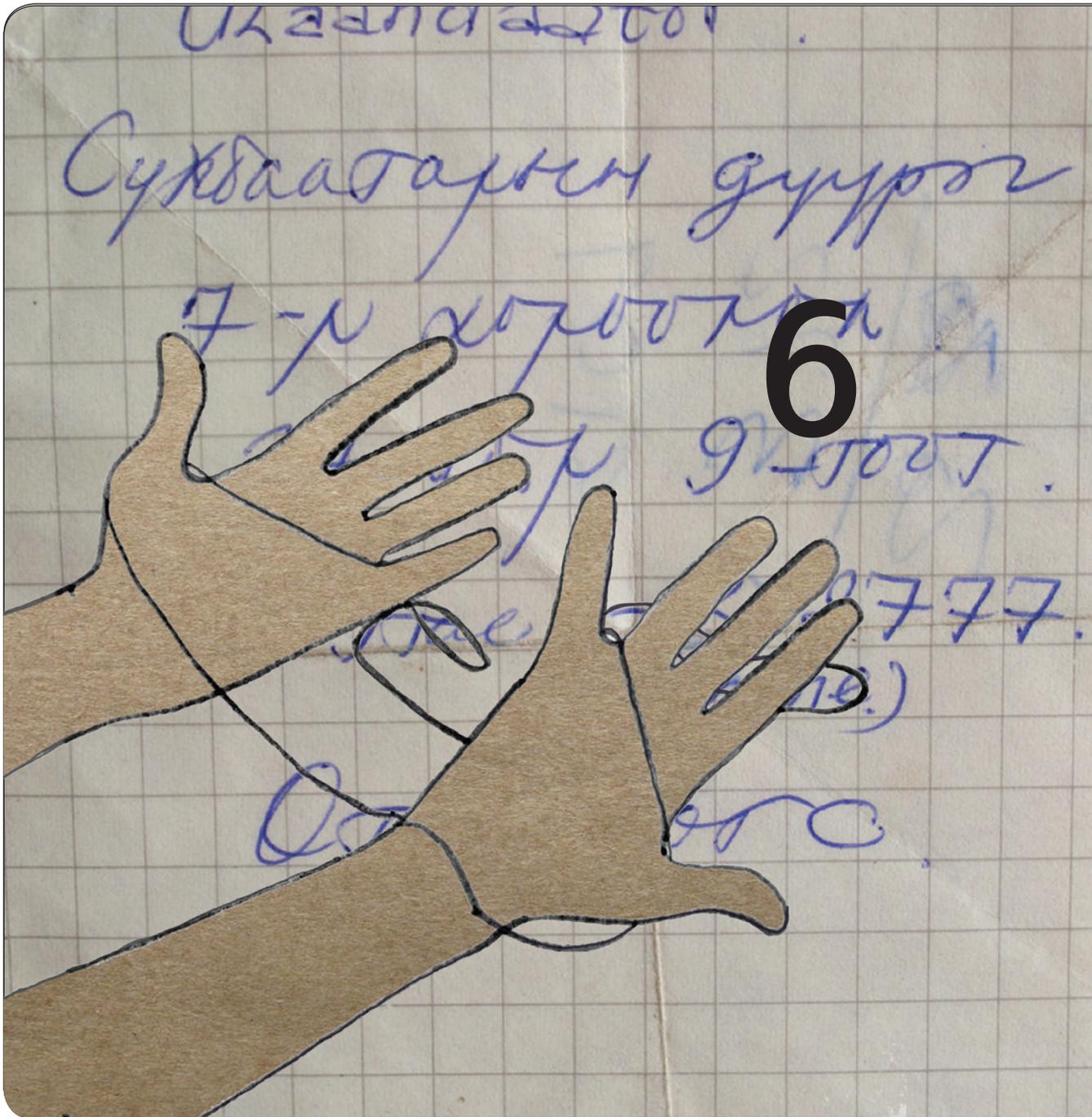


# 6



Comprenda  
sus nexos

## gestione sus contactos

ESTA TÁCTICA ES ADECUADA  
PARA CONOCER SU NEXOS Y  
RELACIONES PARA QUE PUEDA  
APROVECHAR SUS REDES AL  
MÁXIMO

## EJEMPLOS DEL VIDEO

### ● Organice y movilice a sus contactos

*Promotores/promotoras y programadores/programadoras de software (programas informáticos) de código abierto*

CiviCRM es una herramienta de código abierto y gratuito que puede utilizarse para manejar o gestionar sus contactos. La herramienta puede enviar y rastrear respuestas de correos masivos y puede ayudarle a planificar actividades y a recaudar fondos. De forma similar a un libro de direcciones, CiviCRM organiza la información de contacto de los y las integrantes de un grupo en una base de datos, pero también rastrea las interacciones con la gente (correos electrónicos enviados y contestados, actividades a las que se asistió, etc.), al igual que las relaciones mutuas entre las personas. CiviCRM almacena esta información en el propio servidor de Internet que usted utiliza, lo que significa que puede instalar medidas de seguridad para velar por que la información sea privada y para que la pueda acceder desde cualquier lugar con conexión a Internet.

**HERRAMIENTAS UTILIZADAS:** CiviCRM requiere de un servidor de Internet con lenguaje PHP y con un sistema MySQL, con la opción de utilizar Drupal o Joomla, o un sistema autónomo de gestión de contenido (SGC, o CMS por sus siglas en inglés).

### ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

**Página de Internet:** <http://civicrm.org>

**Manual gratuito:** <http://bit.ly/h1ecw> (flossmanuals.net)

### ● Suministro de información focalizada sobre la reconstrucción

*Mercy Corps y FrontlineSMS*

Como parte de las labores de reconstrucción después del tsunami en Asia, Mercy Corps utilizó FrontlineSMS para ofrecer a la gente información focalizada sobre la ayuda prestada a través del uso de teléfonos celulares. FrontlineSMS es una herramienta de código abierto y gratuito que le permite enviar mensajes de texto a diferentes grupos de contactos, los cuales se pueden establecer según sus necesidades. De esta forma, Mercy Corps pudo enviar información diferente a distintos grupos de personas a través de sus teléfonos celulares. Así, las personas que resultaron afectadas por el tsunami tuvieron acceso a información actualizada.

**HERRAMIENTAS UTILIZADAS:** FrontlineSMS, teléfonos celulares.

### ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:

**FrontlineSMS:** <http://www.frontlinesms.com>

**Mercy Corps y FrontlineSMS:**

<http://bit.ly/21og3e> (ictupdate.cta.int)



CIVICRM

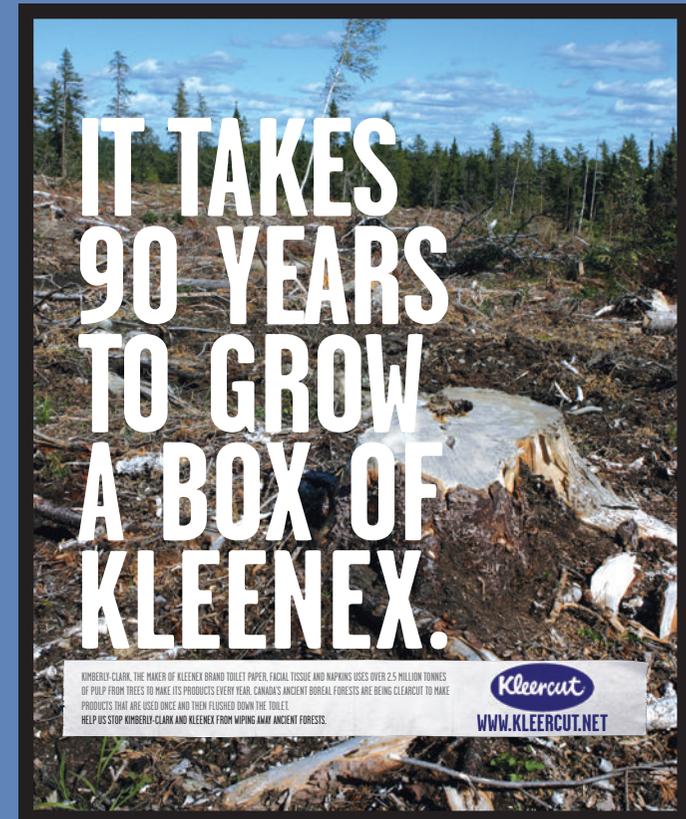


FRONTLINESMS

## PLANIFIQUE SU ACCIÓN

- El establecimiento de una base de datos con sus contactos puede imponer ciertos retos. ¿Cómo sabrá la relación que las personas desean tener con usted? ¿Desean información exclusiva sobre una acción específica o les agrada recibir con regularidad noticias sobre temas más generales o en marcha de la campaña?
- Entre más exactos y precisos sean los datos sobre sus contactos, más sólidos serán sus nexos con estos. Evalúe cómo mantener su base de datos de contactos tan actualizada y completa como sea posible.
- ¿Es más confiable recopilar la información de contacto de las personas mediante correos electrónicos que el uso de un formulario de inscripción en una página de Internet? ¿Puede ser la publicación de un perfil de su campaña en las páginas de redes sociales una forma de solicitar a las y los partidarios que se unan a usted? Es importante planificar con cuidado la forma en que recopilará la información de contacto de la gente y que usted les informe por qué la está recabando y cómo la utilizará.
- Personalice lo más posible la información que le suministre a las personas. El envío de un mensaje masivo a los seguidores y las seguidoras podría ocasionar que la gente ignore todos sus mensajes y que pongan fin a la relación con usted. También puede preguntar a las personas que le brindan apoyo qué formato (un correo electrónico, un mensaje de texto, un video, etc.), qué tipo (un boletín, tipos específicos de campañas, actividades) de comunicación prefieren y con qué frecuencia (a diario, semanalmente o cada mes).
- Además de enviar información, usted también puede poner en contacto a las personas entre sí para que participen en acciones o actividades en vivo, o para que formen acciones o campañas locales o más específicas.

gestione sus contactos: p2



GREENPEACE USA

## CASO DE ESTUDIO

**TÍTULO:** Kleercut

**QUIÉN:** Greenpeace

**DÓNDE:** Norteamérica

**PÁGINA DE INTERNET:** <http://kleercut.net>

### DESCRIPCIÓN

Kleercut es una campaña que ejecutó Greenpeace para poner fin al uso de fibra de madera virgen en los productos Kimberly-Clark. Se utilizó CiviCRM para recopilar información de contacto de las personas que visitaron la página de Internet de la campaña Kleercut y para enviarles mensajes de correo electrónico una o dos veces al mes. En estas alertas, se solicitó a las personas que tomaran acciones; por ejemplo, que regresaran a la página de Internet de Kleercut para enviar un mensaje de correo electrónico a los y las accionistas de Kimberly-Clark, o que asistieran a una acción directa cerca de donde estaban. Kleercut también estableció nexos mutuos entre los y las activistas, lo que permitió crear listas regionales y por ciudad que ellos/ellas mismos/mismas manejaron. Richard Brooks, que trabajó en la campaña, comentó que "no podíamos organizar todas las protestas en cada pueblo y ciudad, por lo que era importante dar a la gente herramientas para que se organizaran por cuenta propia. En vez de cinco encargados o encargadas de la campaña, tuvimos a 10,000 personas que podían hacer cosas en el mundo físico, debido a las herramientas que pusimos a su disposición: un paquete para acciones relativas a Kleercut, un conjunto de herramientas, carteles y comunicados de prensa".

Se utilizó CiviCRM para rastrear la participación de la gente y Kleercut pudo observar que entre un 15 y un 20 por ciento de las personas a las que se les envió mensajes de correo electrónico efectuaron una acción de seguimiento- "un índice de respuestas

más alto que la lista general de Greenpeace", explicó Richard. En agosto de 2009, la campaña Kleercut llegó a su fin con mucho éxito, cuando Kimberly-Clark aceptó introducir normas para el contenido de fibra en sus productos.

**HERRAMIENTAS UTILIZADAS:** Drupal para la página de Internet y CiviCRM para gestionar los contactos. Richard señaló que "a medida que hubo más herramientas disponibles, como Facebook, YouTube, MySpace y Twitter, también empezamos a usarlas".

**ALCANCE:** Durante los cinco años de la campaña, se inscribieron 30,000 personas en Norteamérica. La página de Internet estuvo disponible en inglés y en francés.

**COSTO:** Varios miles de dólares para pagar a las y los contratistas externos encargados de crear la página de Internet, integrar Drupal y CiviCRM, y diseñar el logotipo. El servicio de alojamiento de la página de Internet costó entre 50 y 60 dólares al mes. También se deben incluir los costos relativos al personal para gestionar y ejecutar el proyecto.

**RECURSOS:** Una vez que se lanzaron las herramientas de publicación y para la gestión de contactos, no hubo costos considerables adicionales para respaldar la tecnología necesaria para la campaña. Richard indicó que "del contenido de la página -historias, blogs y tareas relativas a las acciones- el 80 por ciento lo hicieron los y las activistas".

**TIEMPO:** Entre cuatro y cinco meses para implementar y adaptar la página de Internet y los sistemas de gestión de los grupos integrantes. La campaña se lanzó en noviembre de 2004 y finalizó en agosto de 2009.



[HTTP://KLEERCUT.NET/EN/STICKERS](http://kleercut.net/en/stickers)

**NIVEL DE DIFICULTAD:** 3 de 5.

**ENLACES ELECTRÓNICOS PARA APRENDER MÁS:**

**Desarrollo de la campaña de código abierto Kleercut:**

<http://www.kleercut.net/en/open-source-campaigning>

## HÁGALO USTED MISMO(A)

### Pregúntese

- ¿Qué personas debe añadir a su base de datos de contactos y cómo se comunicará con ellas? Una vez reclutadas, ¿cómo las seguirá haciendo partícipes en su campaña?
- ¿De qué forma utilizará los medios de comunicación para atraer la atención hacia su campaña y reunir a más personas para ésta?
- ¿De qué forma puede utilizar a las personas que ha reclutado para que, a su vez, recluten a otras mediante el reenvío de sus alertas por correo electrónico, la socialización de videos, la publicación de imágenes en sus blogs y en sus perfiles en las páginas de redes sociales?
- ¿Cuál es el proceso para eliminar fácilmente la información de contacto de las personas?
- ¿Qué pasos tomará para velar por que la información de su grupo esté segura y permanezca privada? ¿Mantendrá esta información en el servidor que usted utiliza? ¿De qué forma hará archivos de respaldo en caso de pérdida o de una incautación?
- ¿Qué tipos de acciones que usted desea que tome la gente son más importantes de rastrear -nuevas personas reclutadas, actividades organizadas, peticiones firmadas, correos electrónicos enviados?

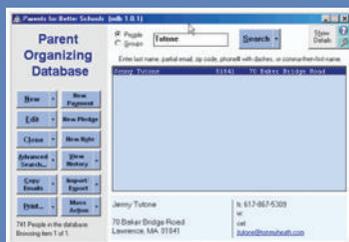
### Hay diferentes formas en las que puede hacer esto

- 1 Además de rastrear a las personas que lo/la apoyan, organice la información de contacto de aquellos o aquellas que tienen el poder de generar el cambio que usted desea ver, incluso si se oponen a su campaña. Así tendrá esta información a la mano cuando necesite enviar (o solicitar a las personas que lo o la apoyan que envíen) mensajes de correo electrónico relativos a la campaña y usted podrá buscar formas de rastrear sus respuestas.
- 2 Reclute a personas para que se inscriban en las alertas de su campaña a través de teléfonos celulares. Puede hacerlo mediante un sondeo sobre el tema que usted está abordando, de forma tal que puedan responder con un mensaje de texto.
- 3 Elabore un mapa sobre su base de apoyo, de dónde hay una mayor concentración de personas que lo/la apoyan, esto con base en la información que le ofrecieron con su consentimiento.
- 4 Ayude a las personas que lo/la apoyan a organizar sus propias actividades de campaña al ofrecerse a conectarlas con otras personas que están cerca y que pertenecen a su campaña. Mediante el uso de herramientas de gestión de sus contactos, usted puede hacer esto sin revelar información de contacto a otras personas.
- 5 En una actividad en vivo relacionada con su campaña, solicite a la gente que se inscriba para recibir mensajes de texto específicos o alertas por correo electrónico que incluyan informes en vivo o que transmitan información que usted ya ha elaborado.

## HERRAMIENTA DESTACADA

**Manténgase en contacto con la gente que lo/la apoya**

La Base de Datos de los Organizadores (<http://organizersdb.org>) es un programa de cómputo gratuito que permite que sea más fácil de rastrear las comunicaciones con sus grupos de base, los y las activistas y otros contactos. Además de almacenar los nombres y las direcciones de sus contactos, la Base de Datos de los Organizadores (en inglés Organizers' Database) también es adecuada para formatear esta información de contacto en mensajes de correo electrónico, cartas y etiquetas con direcciones postales. La herramienta también puede utilizarse para mantener un registro de las donaciones efectuadas y las comunicaciones de seguimiento enviadas. Este programa funciona únicamente en computadoras con un sistema operativo de Windows. CiviCRM puede utilizarse en todos los sistemas operativos (<http://civicrm.org>)



gestione sus contactos: p5

## CONSEJOS

**RICHARD BROOKS, DE KLEERCUT Y GREENPEACE, HABLA SOBRE LAS CAPACIDADES NECESARIAS:**

"Si la organización de las personas en línea es una herramienta importante para su campaña, cerciórese de que tiene la capacidad para continuar. Previmos que nuestra campaña finalizaría antes y cuando tuvimos que cambiar nuestro aspecto central para incluir otras tácticas no teníamos la capacidad de continuar con las labores de organización en línea, al menos no de la misma forma que cuando empezamos".

**KEN BANKS, DE FRONTLINESMS, HABLA SOBRE LA ESPECIFICIDAD DE SU MENSAJE:**

"En términos de establecer relaciones con las personas, evidentemente es importante que usted no las contraríe, moleste o antagonice al enviarles información que no desean recibir. En términos de los aspectos operativos, para cerciorarse que esto no suceda, es importante que usted agrupe a la gente. Dependiendo del sistema o del programa de cómputo que esté utilizando, usted puede identificar fácilmente y dirigirse a personas específicas, con base en los mensajes específicos que está planificando enviar".

**MICHAEL MACH, DE CIVICRM, HABLA SOBRE LA OBTENCIÓN DE APOYO CUANDO UTILICE HERRAMIENTAS DE CÓDIGO ABIERTO:**

"Las comunidades en línea existen en torno a muchas herramientas, especialmente las herramientas de programas de código abierto, y estas comunidades desempeñan un papel muy importante al ayudar a la gente a adaptar los programas de cómputo para que satisfagan sus propias necesidades y contextos. Cuando utilice una herramienta en particular para gestionar sus contactos, mi consejo sería que intercambie sus experiencias con otros u otras para que también se puedan beneficiar de éstas".

versión en español  
adaptada por:  **REDDES**

 **TACTICAL  
TECHNOLOGY  
COLLECTIVE**