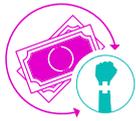


ANÁLISIS PESTEL

El acrónimo PESTEL sintetiza los factores **políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos o ambientales y legales** que deberá tener en cuenta a la hora de planificar la estrategia de su campaña. Llevar a cabo este análisis puede servirle para recabar información y ofrecer una perspectiva privilegiada sobre los factores externos que pueden influir en su plan de acción. El PESTEL puede complementarse con otras herramientas, como el análisis FODA, un mapa de poder, etc. Los seis ángulos del PESTEL le permitirán optimizar su estrategia y sus intervenciones para garantizar la obtención de resultados propicios.



Políticos: estos factores ayudan a delinear el contexto de políticas ambientales y sanitarias en el que va a desarrollarse su campaña. Esta categoría también debería incluir los poderes políticos que pueden influir en su campaña de forma positiva o negativa.



Económicos: los factores económicos pueden desempeñar un papel crucial a la hora de determinar el curso de la campaña. Las realidades socioeconómicas de la comunidad a la que usted busca beneficiar y movilizar determinarán el nivel y la naturaleza de la participación. Las intervenciones de empoderamiento económico también podrían servir como punto de partida para la interacción con las comunidades, así como el costo económico de una salud ambiental deficiente puede abrir un canal con las comunidades afectadas.



Sociales: el siguiente paso lógico después de la economía sería abordar las costumbres y realidades sociales del ámbito en el que usted va a trabajar. Las ideas de cambio social que no tienen en cuenta las realidades socioculturales están destinadas a fracasar o a sufrir serias dificultades desde el principio.



Tecnológicos: en este contexto, el término comprende los aspectos relacionados con las comunicaciones y la gestión de datos, así como la implementación de tecnologías específicas necesarias para generar/analizar/presentar datos y comunicar información. También se incluye el uso de las redes sociales para la comunicación o el uso de tecnologías de bajo costo para el monitoreo de la contaminación, así como el desarrollo de programas de ciencia para la ciudadanía, etc.



Ecológicos o Ambientales: la triple crisis planetaria que representan el cambio climático, la contaminación ambiental y la pérdida de biodiversidad tiene puntos de contacto con todos los desafíos socioeconómicos y políticos de nuestro tiempo. La salud ambiental puede ser un excelente punto de partida para abordar, debatir y resolver esta multiplicidad de temas.



Legales: estos factores comprenden un análisis general de la legislación de su región que influye en la toma de decisiones en materia ambiental. La creación de leyes dentro de un marco jurídico es un proceso en evolución y ofrece una gran oportunidad para interactuar con las personas que formulan políticas. La investigación de posibles implementaciones legales y políticas es un elemento fundamental de una campaña e incluso, en algunos casos, puede ser un objetivo en sí mismo.