



# Ciclo de desarrollo de una estrategia de incidencia politica

# 1<sup>era</sup> parte : El marco del enfoque + Definiciones y Características



# + La incidencia política, un enfoque plural

La incidencia es un enfoque que se ubica a la **confluencia de una unión de prácticas**, buscando influir sobre las políticas públicas desde una tensión entre colaboración (diálogo, cooperación...) y confrontación (interpelación, reivindicación) con los responsables políticos.





# Diferentes estrategias de incidencia.

**La reivindicación, la lucha :** Construcción de una relación de fuerza con los actores del poder político para obligarles a tomar una decisión que ellos no desean pero que les parecerá necesaria para resolver el conflicto, construcción de una relación de fuerza que puede llegar hasta la toma del poder.

**El cabildeo y el dialogo politico :** Convencer los responsables políticos de adoptar la posición que defendemos, no por la fuerza, pero como la que mejor sirve sus intereses y por lo tanto llevarles a tomar decisiones políticas yendo en ese sentido.



# Caracterización del enfoque del cabildeo.

**Proceso por el cual, sobre un tema determinado, un conjunto de actores convence los responsables políticos de adherir, adoptar y poner en marcha una decisión que va en sentido del interés general.**

El cabildeo se basa en un objetivo colectivo o de interés general, en un campo donde uno es legítimo, busca influenciar las políticas públicas, hace asumir las decisiones por los tomadores de decisión, para obtener un resultado contribuyendo al cambio social.

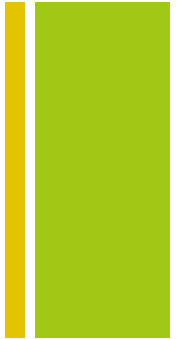
El cabildeo es un **enfoque colectivo** de actores, transparente.

# 2da parte : **El ciclo de desarrollo de una estrategia de incidencia**





# 8 etapas secuenciales



# + Fase de identificación de un problema

Hacerse las buenas preguntas:

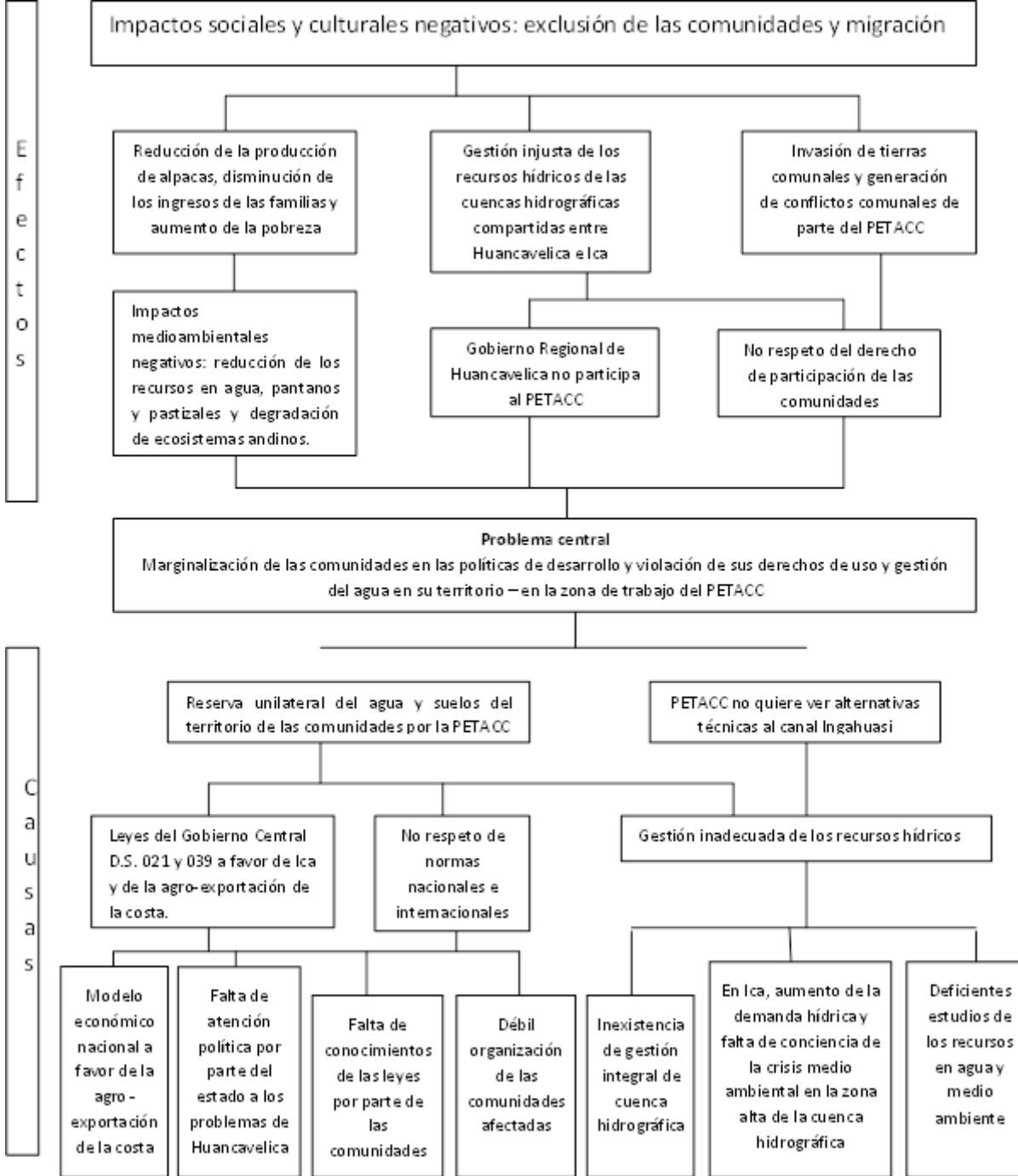
*El hecho de trabajar sobre esta pregunta:*

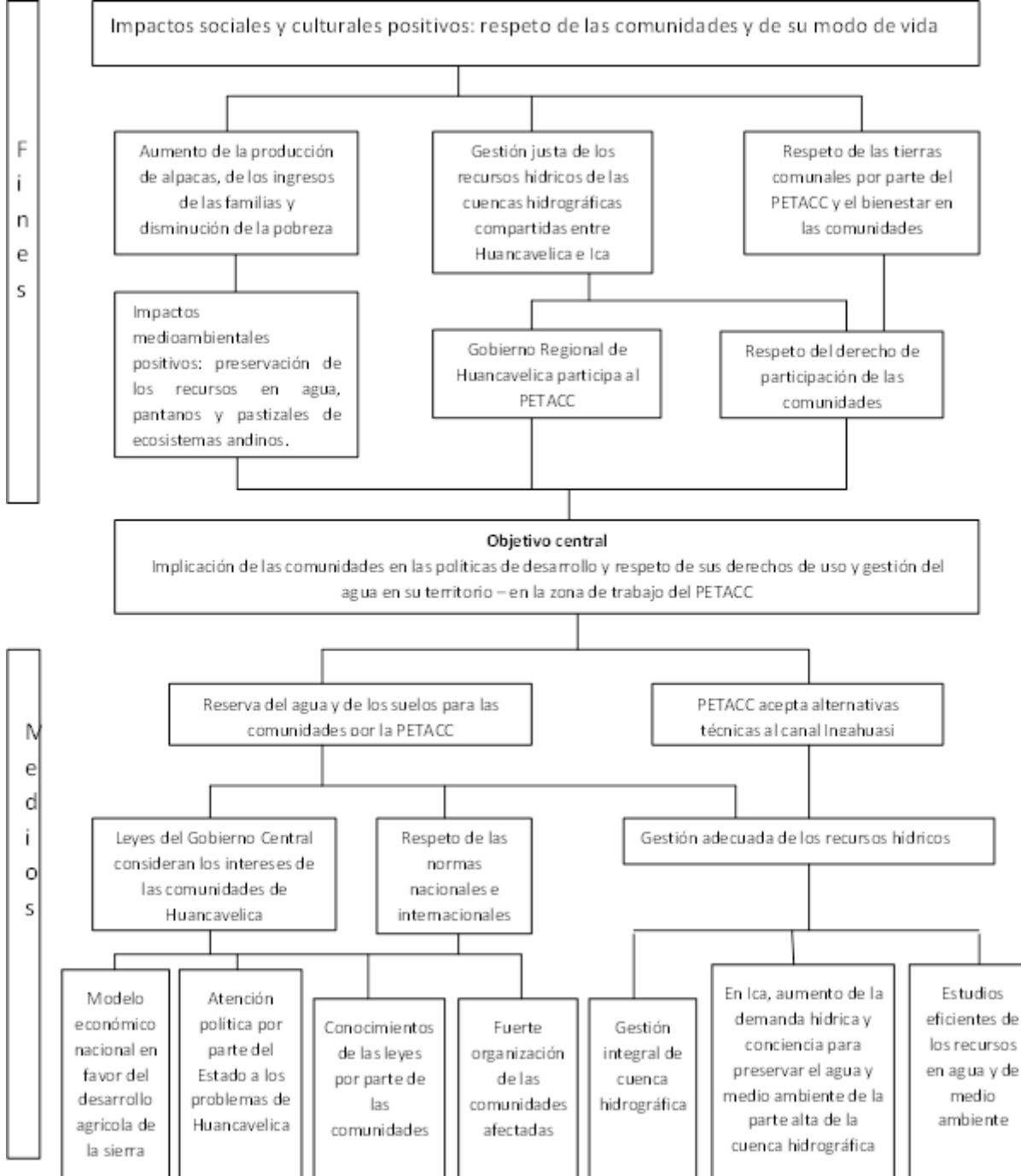
- Se traducirá por una verdadera mejora en la vida de las personas?
- Será sentido de manera larga y profunda?
- Forjara organizaciones y alianzas sostenibles?
- Ofrecerá oportunidades a las mujeres, por ej. Para aprender a conocer mejor el dominio de la política e implicarse?
- Va promover la toma de conciencia y el respeto de los derechos?
- Va asociar las preocupaciones locales a preguntas de mayor amplitud, quizás hasta a una escala mundial?
- Ofrecerá posibilidades de recolección de fondos?
- Tiene chance de llegar a su meta? Existe una población objetiva precisa, un calendario definido y una solución política clara?



# + El árbol de problemas/árbol de soluciones

- Una vez acordado que la pregunta es pertinente, conviene analizarla en su conjunto, buscando evidenciar lo más claramente posible los vínculos de las causas y efectos que permitirá identificar el problema, y eventualmente soluciones. Para eso, conviene utilizar el tandem árbol de problemas/árbol de soluciones, del cual se presenta a continuación un ejemplo adaptado a una pregunta de cabildeo :







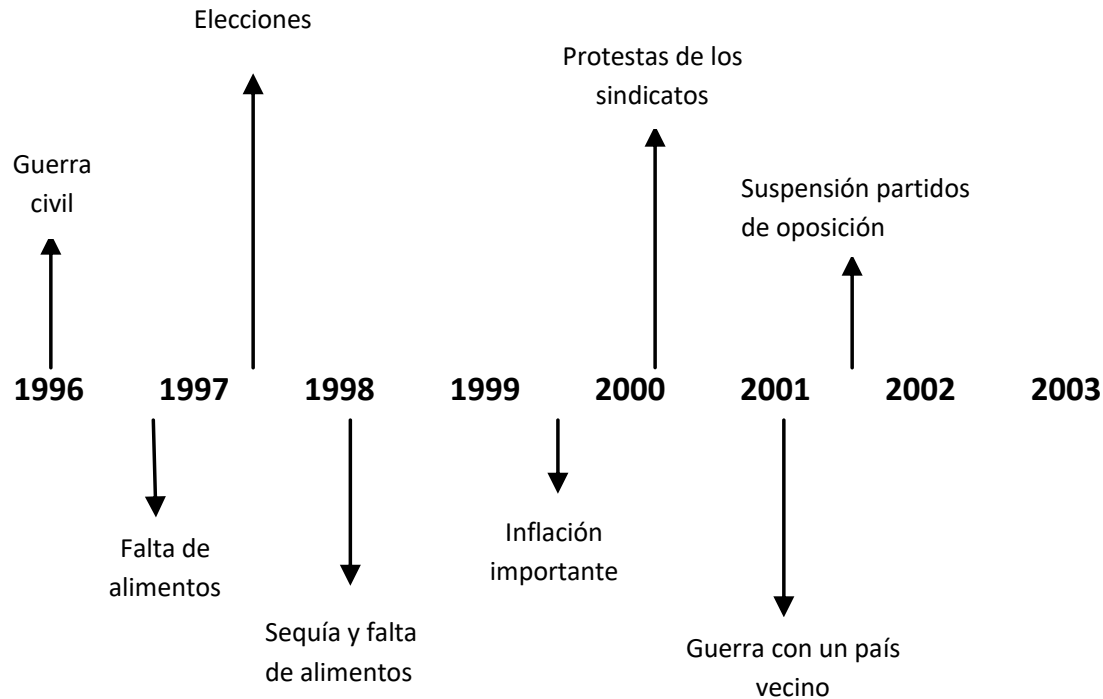
# Búsqueda de informaciones / movilización de datos

**La búsqueda y el análisis de informaciones deben permitir asegurar:**

- Una comprensión suficiente del contexto en el cual intervenimos (los mecanismos de toma de decisiones políticas, la agenda política a nivel local, nacional, los actores influyentes en el tema de cabildeo...)
- Más generalmente, una buena comprensión de los desafíos políticos, económicos, religiosos, étnicos etc. que podrían tener un incidencia sobre la pregunta que nos interesa.

# + Establecer un calendario de eventos importantes

Ejemplo lineal  
temporal





# Análisis de las partes interesadas

Parte interesada	Interés para la acción	Influencia como actor	Actitud en relación a la organización campesina	Estrategia a poner en marcha para obtener su apoyo
1er nivel				
Organizaciones campesinas				
Comunidades				
Mujeres				
2do nivel				
Gobierno				
Sociedad civil				
Donantes				
Sector privado				
Medios de comunicación				
Grupos agroalimentarios				



# Fuentes y evaluación de documentos útiles a la búsqueda

Fuentes o tipos de información	Factores potenciales favorables, del punto de vista de los demás	Factores potenciales en contra del punto de vista de los demás
Informes administrativos	Buena investigación Acceso a buenas informaciones Buenas a utilizar si queremos hacer presión sobre el gobierno	Parciales en favor del poder o de una orientación política en particular Poca autocrítica
Relatos de testimonios	Dar unos testimonios legales y sobre nuevos hechos	Subjetivos e unilaterales
Medios de comunicación	Públicos, fáciles de acceso, leídos por todos La televisión y la radio son generalmente muy influyentes	Políticamente parciales. Pueden reportar solamente una parte de la historia
Pruebas legales	Informaciones fiables y seguras	Pueden ser difíciles a comprender
Otros informes de ONG	Pruebas independientes, del lado de los pobres	Teniendo una línea particular (anti-gobierno o anti empresas), vistos como poco profesionales
Sindicatos	Representando sus miembros, pruebas personales	Políticos y antagonistas
Instituciones Internacionales	Informaciones precisas, fiables y completas	Acercamiento parcial detrás de sus propios mandatos institucionales como la liberalización de los negocios
Universidades	Independientes y serias	Difíciles a comprender



# Fijar proposito y objetivos

- **Cuidado a bien diferenciar los objetivos y el proposito. El proposito es el problema que contribuimos a resolver por nuestra acción. Los objetivos son un conjunto de acciones específicas que contribuyen a alcanzar el proposito fijado.**

*Proposito : Integrar en las compras publicas al menos 10% de productos de la agricultura familiar.*

*Objetivos : Integrar la comission de las compras publicas, crear una certificacion de productos de la agricultura familiar y hacerla reconocer...*





# El indicador **ES.M.A.R.T**

**ES**pecíficos, **M**edibles, **A**ceptables, **R**ealistas, definidos en el **T**iempo

- **Específicos:** Que deseamos hacer exactamente?
- **Medibles:** Existe un medio de saber si el objetivo esta alcanzado?
- **Aceptables:** La solución propuesta es pertinente en relación al problema, aceptable para el conjunto las poblaciones que buscamos ayudar?
- **Realista:** Podemos alcanzar nuestros objetivos, considerando las limitaciones y el tiempo que nos son impartidos?
- **Definidos en el Tiempo:** A qué plazo los objetivos deberán ser alcanzados?



# Tabla de identificación de los grupos meta

Objetivo de cabildeo	Grupos meta	Posición en relación al tema	Interés supuesto del público objetiva	Influencia del público objetivo sobre el tema	público objetivo indirecto (con influencia sobre el público objetivo)
	Autoridades locales, instancias de decisión provinciales...				Medios de comunicación Gran público
	Autoridades nacionales, ministerios, diputados...				Asesores, encargados de misión...
	Actores económicos (empresas...)				Consumidores ...



# Crear ideas para convencer y formular demandas

- Desde sus experiencias concretas (estudios de casos)
- Convincente, claro, ilustrado, apoyandose sobre experiencias reales, suficientemente detalladas y analizadas.
- Presentar las potencialidades de sus prácticas y métodos, las limitaciones que enfrenta y las soluciones que propone.
- Demostrar en que sus demandas defienden el interés general (tanto para otros tipos de actores que para los tomadores de decisión)

# + Definición del mensaje

## 5 elementos claves del mensaje

- **Contenido/ideas:** Cuales son las ideas que quiere comunicar? Cuáles son los argumentos a utilizar para persuadir su público?
- **Lenguaje:** Cuales son las palabras que escogería para hacer pasar claramente y eficazmente el mensaje? Existen algunas palabras que debe utilizar o no utilizar?
- **Fuente/mensajero:** A quién responderá el público, quien encontrará creíble?
- **Forma:** Cuales son las formas de presentación del mensaje que proponen para un impacto máximo? A saber una reunión, una carta, un folleto o una publicidad radial?
- **Tiempo y lugar:** Cuál es el mejor momento para llevar el mensaje? Existe un lugar donde podrían llevar su mensaje que reforzaría su credibilidad o le otorgaría más peso político?

# + Formulación del mensaje

## Tres consejos para formular y presentar los mensajes :

- Presentar un mensaje constante al público objetivo a través de diversos canales **durante un periodo prolongado**. La constancia es igualmente muy importante porque no hay que cambiar el fondo del mensaje mientras el público no lo haya «absorbido».
- Verificar que el mensaje sea proporcionado **a través de una fuente creíble a los ojos del público objetivo**. El mensajero es frecuentemente también importante (y a veces más importante) que el mensaje en sí mismo.
- **Crear un mensaje que el público comprenderá**. En otras palabras, utilizar el «lenguaje» del público objetivo. Evite los términos técnicos o las jergas. Utilice palabras o frases que tengan imágenes positivas y llamativas y no de temas que puedan tener connotaciones negativas.



# Formas propuestas del mensaje

- Notas de posicionamiento
- Carta de solicitud para un encuentro con los dirigentes y/o consejeros de las organizaciones objetivo del cabildeo
- Cartas postales o peticiones enviadas por el gran público al actor por influenciar.
- Afiches, flyers, spots TV, radio, Twitter, Facebook...



# Definir una estrategia de alianza

- Refuerza el proceso : puesta en común de diferentes capacidades dentro del grupo y a momentos distintos
- Da más peso a las demandas y causas defendidas en la campaña de cabildeo: estas demandas son expuestas por un gran número de organizaciones ;
- Da más credibilidad a su campaña en la medida que las demandas no son percibidas como intereses particulares de una sola asociación ;
- Da más posibilidades de movilización de apoyos más amplios y de medios humanos y financieros

# + Etapas de construcción de una coalición

**Étapa 1: Identificar los aliados (a) s : Personas físicas : individuos o grupos de individuos ; Personas morales : Organizaciones / asociaciones /instituciones...**

**Etapa 2: Estudiarlos para conocerlos mejor (nombre, funcionamiento, orientaciones, campos de actividades, experiencias etc.)**

**Etapa 3: Interesar los aliados (a)s al objetivo de cabildeo**

**Etapa 4: Definir las responsabilidades y roles de cada aliado (a): Quién hará qué?**



# + Definir un plan de acción

Actividades	Plazo	Costo total	Responsable
Concertación de los actores	Marzo	500 €	El promotor de la campaña
Realización de estudio	Junio	3 000 €	1 de los miembros de la coalición
Organización de foros	Octubre	2 000 €	1 de los miembros de la coalición





# La elaboración del presupuesto

Actividades	Costos
Prestación de servicios para realización del estudio	3 000 €
Documentos de campaña (creación de soporte visual, diseño, impresión...) 30 000 ejemplares	15 000 €
Realización de un spot vídeo	10 000 €
Sitio web de campaña	8 000 €
Movilización del público (evento de lanzamiento...)	6 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>42 000 €</b>

# + Las preguntas a hacerse para el seguimiento y evaluación.

- Su **objetivo** de cabildeo avanza correctamente o encuentra obstáculos ? Cuáles son estos obstáculos y como pueden ser superados?
- Si su **objetivo** no parece realizable, deberá modificarlo? Que sería realizable?
- Su **mensaje** afecta sus públicos objetivo? Si no, como podría hacer para alcanzar mejor sus públicos?
- Ha logrado una cobertura en **los medios de comunicación o en la prensa** ? Eso a ayudado a sus esfuerzos? Como podría mejorar sus relaciones con los medios de comunicación?
- **Los datos** han sido presentados de manera clara y convincente? Como podría mejorar su presentación?

# + Trabajos de grupo

**Pasemos a la práctica !**