



La metodología para la incidencia política sobre los planes de gobierno

Julio E. Díaz Palacios
Agosto, 2006

Contenido

- Resumen de ideas centrales / políticas.
- La metodología de 8 pasos.
- Esquema de propuestas programáticas.
- Los objetivos del milenio (ODM)
- Hacia una campaña de incidencia.

Resumen de ideas centrales sobre la incidencia política



Los pasos de la metodología



1º paso: Identificación y análisis del problema

¿Cuál es el problema que se quiere resolver?

1. Triángulo de criterios para la identificación del problema:



2. El problema:

- Planes de gobierno (PG) deficientes.

3. Causas:

- Cultura y prácticas políticas tradicionales
- Requisito nuevo
- Inexperiencia en formular PG

4. Consecuencias:

- No se aprovechan posibilidades para desarrollo.
- No se fijan prioridades para inversión.
- No se fortalece democracia, gobernabilidad y ciudadanía
- No se facilita que electores emitan voto informado.

5. Base legal:

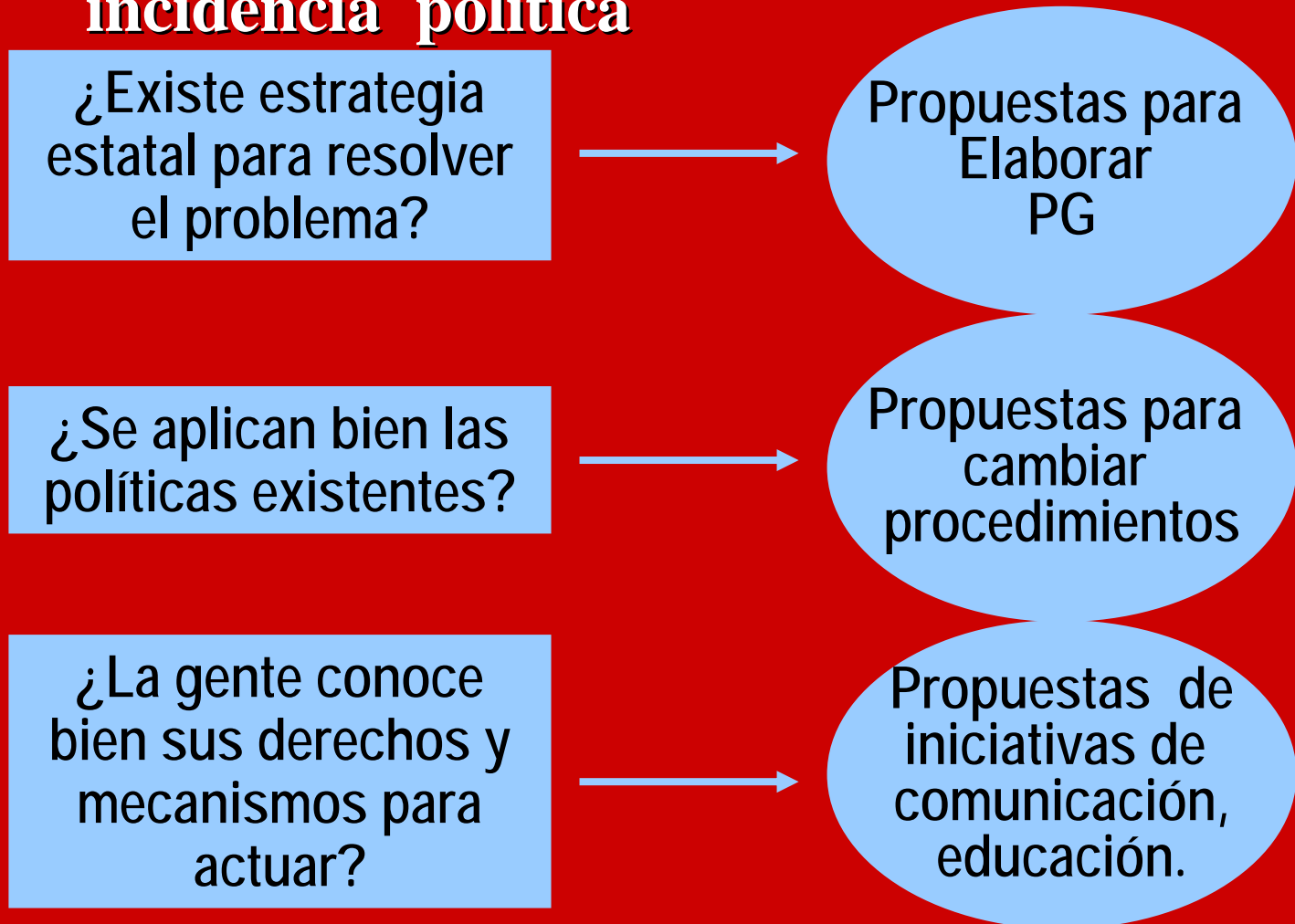
- Ley N° 28711 Art. 23 - A
- Resolución N° 1287-2006-JNE

6. Lecciones aprendidas:

- Información es decisiva para identificar y analizar el problema.
- Confusión entre causas y consecuencias, puede llevar a soluciones equivocadas.
- A veces se priorizan los problemas de poca importancia.

2º paso: Formulación de la propuesta *¿Qué se quiere lograr?*

1. Reflexión general sobre propuestas de incidencia política



2. Lo que se quiere lograr:

- Incorporar políticas y programas prioritarios a los planes de gobierno.

3. Primera actividad:

- Identificación de organizaciones políticas y sus PG.

4. Priorización de propuestas:

- Seleccionar los temas que se priorizarán.

5. Redactar la propuesta básica en base al cuestionario siguiente:

- ¿Qué es lo que pretende lograr?
- ¿Cómo se quiere lograr?
- ¿Cuál es el espacio de decisión?
- ¿Para cuándo?

6. Qué características debe tener la propuesta:

- Fácil de entender.
- Viable, técnica y políticamente.
- Motivadoras y catalizadoras de apoyo.
- Contribuir a la solución del problema.

7. Lecciones aprendidas:

- Propuestas muy extensas no captan atención de personas con poder de decisión. **Es mejor ganar algo que nada.**
- Propuestas generales y vagas se prestan a la interpretación, son pretexto para que se evada el problema, generándose conflictos entre los integrantes del grupo de iniciativa.
- Propuestas dirigidas a todos, no logran impacto. Buscar siempre a la persona decisiva.

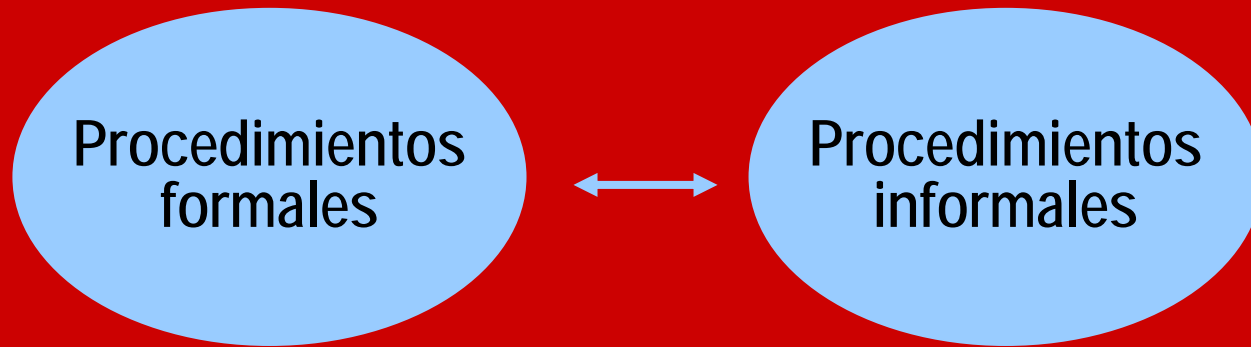
- Es muy útil consultar a expertos y a población interesada, antes de formular propuesta. Estas (las propuestas) deben tener fuerza social.
- Propuestas que no responden al problema traerán frustración.
- La participación es necesaria, pero con propuestas serias y viables.
- Las propuestas pueden lograr impactos de varios tipos: cambios institucionales, políticos, económicos, sociales, culturales.

3° paso: Análisis de los espacios de decisión (organizaciones políticas)

¿Quién, cómo y cuándo se toman decisiones?

- 1. Concentrarse en pocas organizaciones políticas. Precisar criterios para ello.**
- 2. Quién o quienes tienen poder de decisión:**
 - Comités directivos
 - Comisiones de planes de gobierno
 - Listas de candidatos

3. Cuáles son los procedimientos para la toma de decisiones:



4. Cuándo se toman las decisiones:

- Fecha limite
- Momentos
- Mecanismos de seguimiento

5. Lecciones aprendidas:

- Para analizar a las organizaciones políticas se requiere información objetiva, actualizada y confiable.
- Se requiere conocer bien la institucionalidad del Estado y de las organizaciones políticas.

4º paso: Análisis de canales de influencia

¿Quiénes influyen?

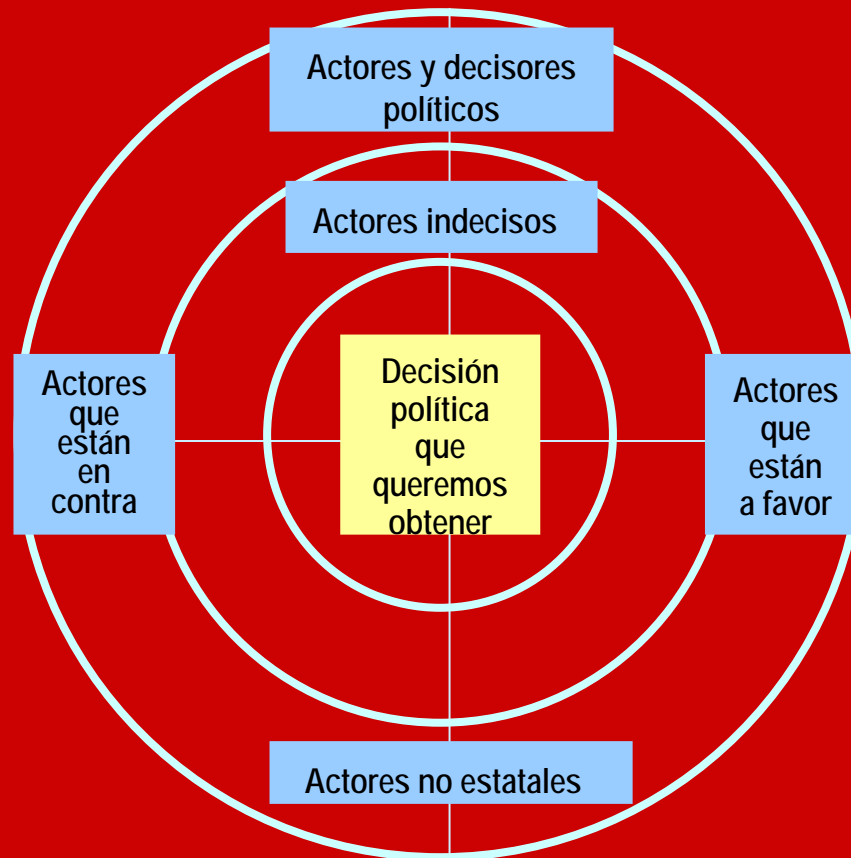
1. **Identificar el conjunto de actores que influyen:**
 - Elaborar el Mapa del Poder:



2. EL MAPA DEL PODER



3. Identificar y priorizar posibles aliados, indecisos y oponentes:



4. Lecciones aprendidas:

- El mapa del poder se hace respecto a los PG
- La identificación de personas o actores claves se hace en base a sus intereses y poder de influencia.
- El mapa está sujeto a cambios constantes.
- El poder de influencia de las personas proviene de diversas fuentes: amistad, compadrazgo, poder económico, capacidad de movilización, acceso a medios, relaciones religiosas.

- No confundir a los amigos y enemigos de siempre, como los aliados u oponentes respecto a los PG.
- La elaboración del mapa del poder, da pautas para elaborar las estrategias de influencia.

5° paso: Análisis FODA del Grupo de Iniciativa

1. El propósito de este paso es doble:

Identificar el FODA para evitar obstáculos en aplicación de estrategias de influencia



Generar insumos o elementos para formular estrategias de influencia en decisores

2. Un auto análisis necesario: Aspectos clave

Situación organizativa del Grupo

- Representatividad y legitimidad
- Cobertura organizativa
- Calidad de liderazgo
- Capacidad de convocatoria y movilización

Relaciones:

- Con otras OSC.
- Con instituciones del Estado.
- Con medios.
- Con personas de influencia y formadores de opinión pública
- Equidad en participación y toma de decisiones.
- Niveles de consenso y claridad de visión y misión.

Capacidades

- De investigación
- Manejo de información
- De planificación
- Diálogo y negociación
- Trabajo con medios de comunicación.
- Monitoreo y evaluación interna.

Recursos

- Humanos
- Materiales
- Económicos
- Técnicos

3. Sobre la base del auto análisis, identificar el FODA y prevenir medidas de solución.

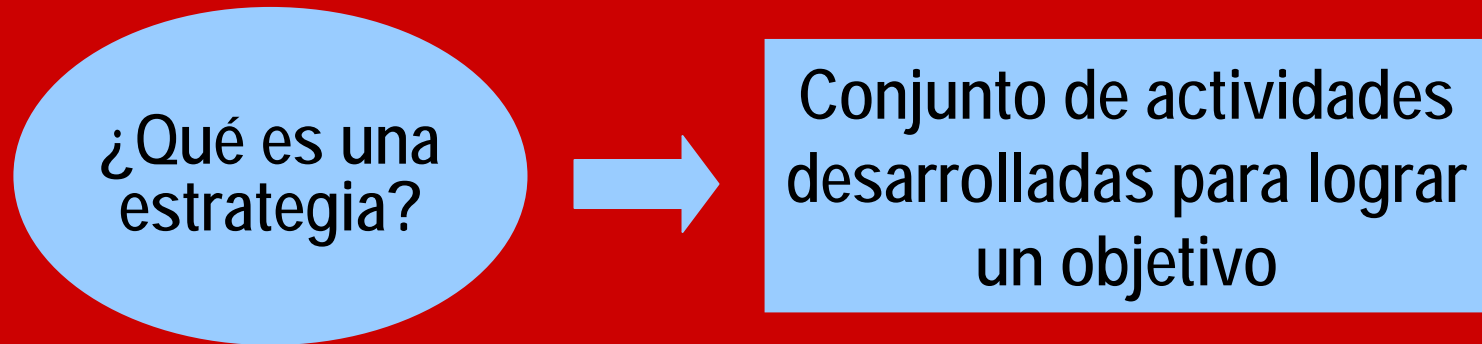
4. Lecciones aprendidas:

- La organización del Grupo Iniciativa es clave.
- Los gastos que se realizan deben considerarse como inversiones para el fortalecimiento del Grupo, del tejido social, de la democracia y el desarrollo.

6º paso: Formulación de estrategias de influencia

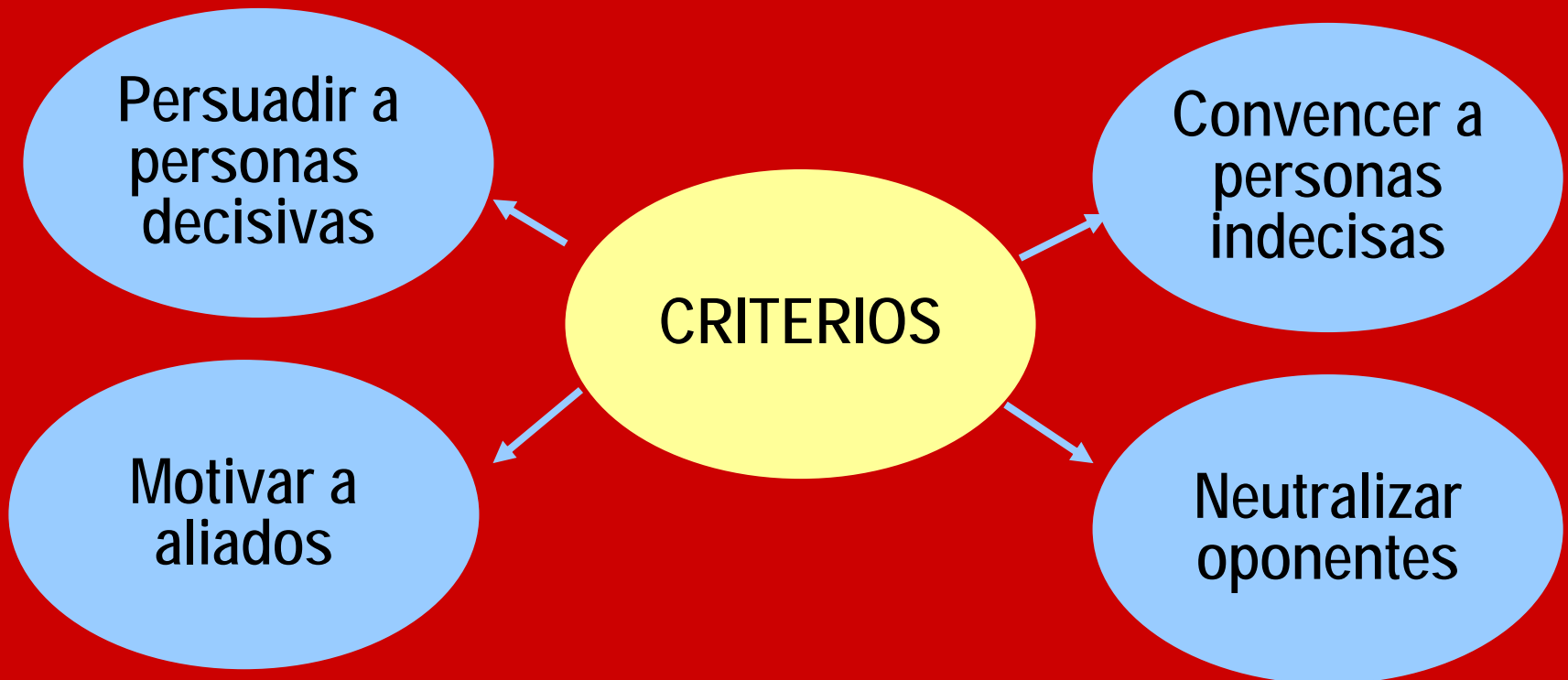
¿Cómo se puede influenciar?

1. Definición:



2. **¿Sobre la base de qué se elaboran las estrategias de influencia?. Sobre la base de los intereses en el mapa del poder.**

3. **Orientación de estrategias:**



4. Las estrategias pueden ser de cinco tipos:

a). De organización:

- Organizar y fortalecer el Grupo.
- Definir la estructura y las relaciones con la población.
- Definir los recursos.

b). De cabildeo:

- Comunicar la propuesta.
- Conocer las posiciones de los actores clave y de las personas.
- Persuadir a las personas decisivas, aliados e indecisos.

c). De sensibilización:

- Queremos información y compartirla.
- Promover toma de conciencia.

d). De medios de comunicación:

- Colocar el tema en la agenda pública.
- Construir credibilidad del Grupo como fuente de información.
- Generar opinión pública.
- Generar presión sobre los decisores.

e). De movilización:

- Llamar la atención de los medios.
- Involucrar a la población interesada
- Generar voluntad política.
- Generar presión sobre los decisores.

5. Lecciones aprendidas:

- Si la propuesta no genera interés de las personas decisivas o aliados, se deben adecuar las estrategias de sensibilización y con medios.

- Si no hay voluntad política, se deben aplicar estrategias de organización, sensibilización y medios.
- Si la falta de información está generando una respuesta inadecuada, se debe mejorar ésta mediante el cabildeo, la sensibilización y una intervención más efectiva con los medios.

7° paso: Programa de actividades

¿Qué hacer para cumplir las estrategias?

- 1. Debe definirse y planificarse las actividades específicas para implementar las estrategias priorizadas.**

Las actividades pueden ser de tres tipos:

Actividades de información o investigación

Para fortalecer al Grupo

Para convencer a decisores y otros actores

2. Las tareas preparatorias para influir sobre las organizaciones políticas:

- Llenar los vacíos de información sobre las organizaciones políticas.
- Elaborar una hoja de propuesta de incidencia con tres aspectos: El problema; la propuesta concreta; el argumento principal.
- Consultar la propuesta de incidencia: A todo el Grupo, buscar coherencia, legitimidad viabilidad.
- Buscar el financiamiento.
- Preparar propuesta técnica, como complemento de la propuesta política.

3. Las actividades concretas para influir en las organizaciones políticas, cumpliendo las estrategias seleccionadas:

- a) Para el cabildeo.
- b) Para la organización.
- c) Para la sensibilización.
- d) Para los medios de comunicación.
- e) Para la movilización.

4. Lecciones aprendidas:

- El Grupo que elabore el plan de incidencia deber ser pequeño pero representativo.
- Es vital establecer indicadores cualitativos y cuantitativos.
- Es positivo crear comisiones de trabajo.
- Las actividades deben tener una secuencia lógica.
- El programa de incidencia debe ser coherente con el conjunto de acciones del Grupo.
- Priorizar siempre actividades de impacto.

8° paso: Evaluación continua

*¿Qué se ha logrado, qué no se ha logrado?
¿Por qué?*

1. **La evaluación de la incidencia** es un esfuerzo permanente de monitoreo y de reflexión que sobre la planificación y ejecución de las estrategias y actividades se realiza, en términos de cumplimiento y de impacto.

Proceso de
planificación
de iniciativa

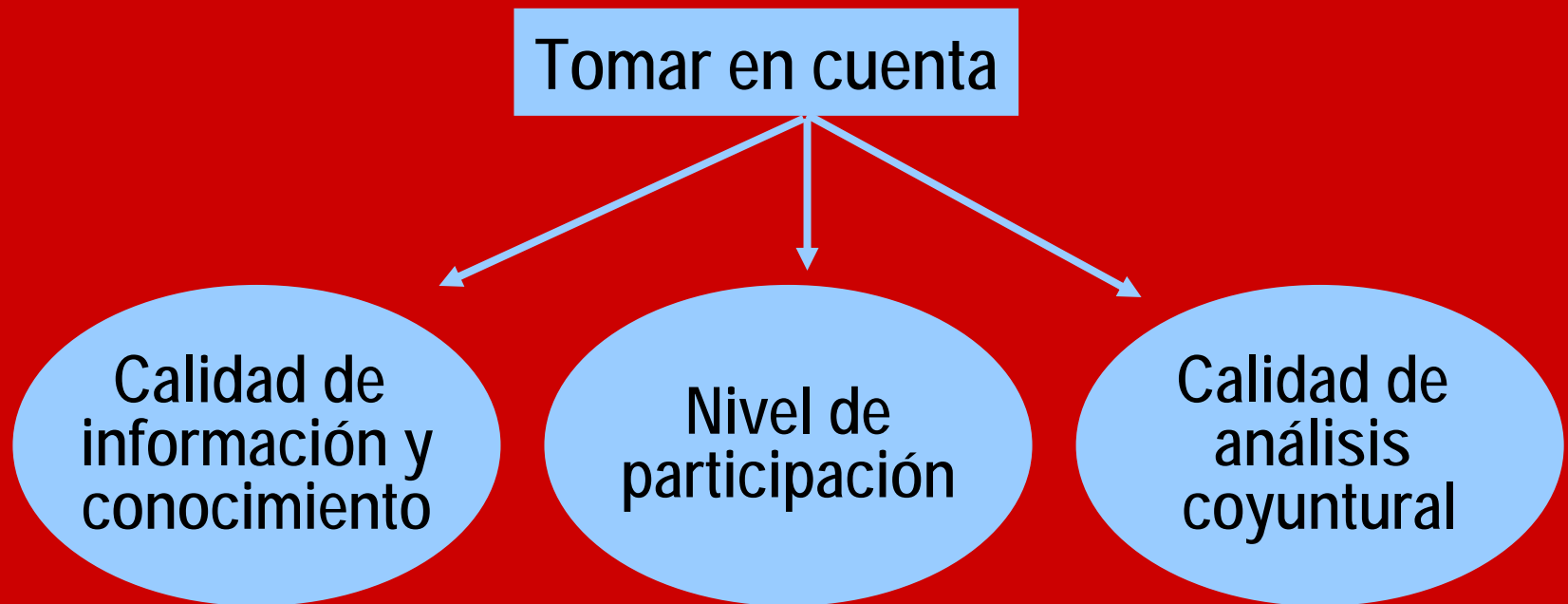
Ejecución de
estrategias y
actividades

El impacto
de la propuesta

Se evalúa en tres
niveles

The diagram features a red background with three light blue ovals arranged in a diagonal line from top-left to bottom-right. Each oval contains a stage of a process. From a light blue rectangular box at the bottom-left, three white arrows originate: one pointing vertically up to the first oval, one pointing diagonally up and right to the second oval, and one pointing horizontally right to the third oval.

2. Evaluación del proceso de planificación:

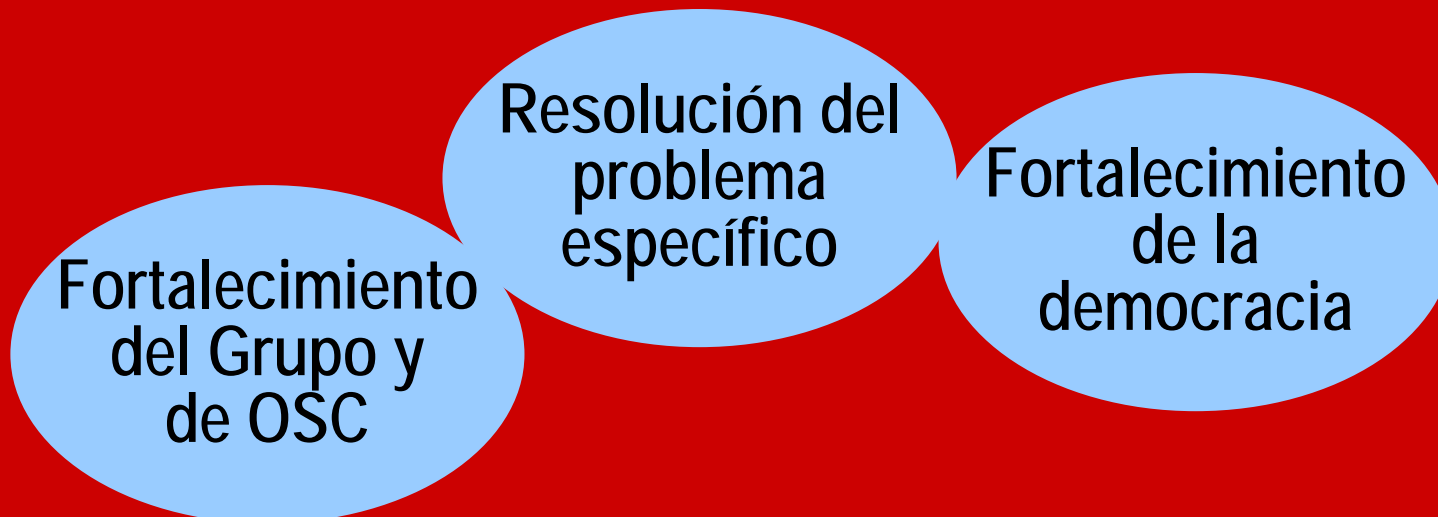


Evaluar también la aplicación de cada uno de los siete pasos precedentes

3. **Evaluar la ejecución del plan:**

Cumplimiento de resultados esperados	Razones para el cumplimiento o No
Elaboración de indicadores	Hacer ajustes necesarios al plan

4. **Evaluación del impacto:**



5. Lecciones aprendidas:

- El Grupo debe definir mecanismos ágiles de evaluación y periodicidad.
- Evaluar inmediatamente toda actividad.
- Identificar factores internos y externos que han influido en resultados.
- Reconocer y celebrar logros obtenidos.
- Elaborar indicadores para los tres niveles de impacto.

Esquema de propuestas programáticas para la incidencia política sobre los PG

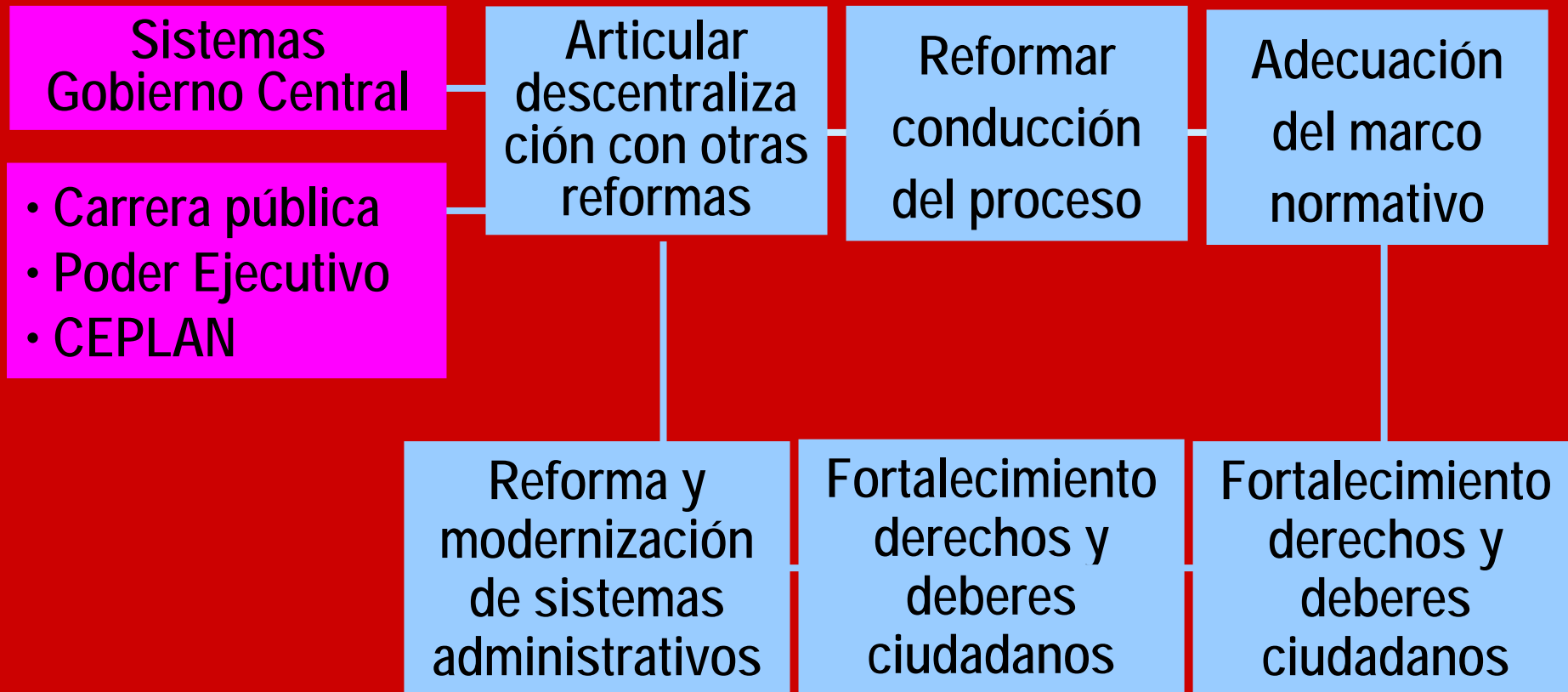
1. Promover las políticas de Estado del Acuerdo Nacional como el gran articulador del desarrollo.
2. Prioridades programáticas:
 - 2.1. Atender fundamentalmente la lucha contra la pobreza, la inequidad y exclusión.

2.2. Líneas programáticas:

- Crecimiento económico con redistribución, en el marco del desarrollo sostenible.
- Impulsar y relanzar desde los GR y GL la descentralización y regionalización.
- Fortalecer espacios, procesos e instrumentos de la democracia participativa, incluyendo la priorización de proyectos relacionados con los ODM.
- Reforzar la Rendición de Cuentas como instrumento de lucha contra la corrupción.

- Fortalecer la corresponsabilidad y la seguridad ciudadana.
- Fomentar la renovación profunda de la política y de la gestión pública.

Prioridades en descentralización y regionalización



Los objetivos de desarrollo del milenio (ODM)-2015

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre:

- Reducir a la mitad el porcentaje de personas con ingresos menores a un dólar diario.
- Reducir a la mitad el porcentaje de personas que padecen hambre.

2. Lograr la enseñanza primaria universal:

- Velar porque todos los niños y niñas terminen la enseñanza primaria.

3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer:

- Eliminar las desigualdades en todos los niveles de la enseñanza.

4. Reducir la mortalidad infantil:

- Reducir en $2/3$ la tasa de mortalidad de menores de 5 años.

5. Mejorar la salud materna:

- Reducir la tasa de mortalidad materna en $3/4$ partes.

6. Combatir el SIDA, paludismo y otras enfermedades:

- Detener y comenzar a reducir el SIDA.
- Detener y comenzar a reducir el paludismo y otras enfermedades graves.

7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente:

- Incorporar los principios de desarrollo sostenible en las políticas nacionales.
- Invertir la pérdida de recursos naturales.
- Reducir a la mitad el porcentaje de personas sin agua potable.

8. Fomentar la asociación mundial para el desarrollo:

- Atender las necesidades de ls países menos desarrollados.
- Otros

Hacia una campaña nacional de incidencia política

1. ¿Cada Grupo de Iniciativa debe actuar sólo?... De ninguna manera.
2. La Red Perú en lo posible debe organizar una Campaña Nacional, bajo la coordinación de la Comisión Estratégica Electoral.

Finalidad:

Canalizar información y cooperación mutua

3. En este marco, debe establecerse la coordinación de los Grupo de Iniciativa por regiones.

Gracias por su atención