

## ELEMENTOS CONCEPTUALES

En este paso, se busca dar ejemplos detallados de las actividades necesarias para terminar de preparar la campaña y ejecutar las estrategias definidas en el paso anterior.

En general, cada actividad debe enmarcarse dentro de las siguientes categorías:

- ❖ Tareas de investigación en apoyo a la propuesta o el sondeo a actores(as) políticos.
- ❖ Actividades para fortalecer el grupo o la coalición que llevará a cabo la campaña.
- ❖ Actividades que ayuden a persuadir a la persona decisiva y a las demás personas claves.

### A. TAREAS DE PREPARACIÓN PAR A UNA CAMPAÑA DE INCIDENCIA POLÍTICA:

Cuando se planifican estrategias y actividades para una campaña de incidencia política, es importante empezar con las tareas necesarias para la preparación del terreno. Estas son las actividades que frecuentemente los grupos evitan con el afán de llegar más rápido a la acción concreta de su campaña. No obstante, son importantes porque pueden ser determinantes para el éxito o fracaso de la iniciativa. Estas tareas de preparación incluyen las siguientes acciones:

#### **Investigación para llenar los vacíos de información:**

El manejo de información confiable y acertada es una de las claves esenciales durante el proceso de planificación de incidencia política. Se debe tener toda la información necesaria sobre el problema a resolver y sus causas, sobre el funcionamiento del espacio de decisión, características, motivaciones e intereses de la población afectada y de las personas claves que toman la decisión, así como sobre las capacidades del grupo impulsor de la iniciativa.

#### **Elaboración de la hoja de propuesta:**

La elaboración por escrito de la hoja de propuesta es esencial para presentar de forma concisa y coherente la propuesta del grupo impulsor a la persona decisiva, a las personas claves y al pueblo en general. También sirve al grupo impulsor para generar consenso y reforzar los argumentos en apoyo a su propuesta. Una hoja de propuesta es especialmente útil para visitas directas con personas claves, el trabajo con los medios de comunicación y actividades para presionar. Los componentes de una hoja de propuesta son:

- ❖ Una breve descripción del problema a resolver,
- ❖ La propuesta concreta del grupo o coalición y,

❖ Los argumentos a favor de la propuesta.

En los argumentos, es útil incluir elementos que apunten a la factibilidad y efectividad de la propuesta, basados en información objetiva y datos comprobados y que respondan anticipadamente a los argumentos principales de los(as) oponentes más influyentes. Por lo general, se hace una sola hoja de propuesta. Luego, si se considera necesario, se pueden hacer variantes de la misma dirigida a diferentes sectores de la población o a diferentes actores(as).

**Consulta institucional del plan de incidencia:**

A veces, es difícil que todas las organizaciones que integran o forman parte de una coalición estén involucradas en cada etapa de la planificación para la incidencia política. No obstante, si las personas que forman parte del grupo impulsor no tienen el respaldo institucional, pueden generar problemas internos dentro de la coalición o restarle legitimidad y apoyo social a la campaña. Con el fin de enriquecer y lograr la apropiación del plan de incidencia política, es importante consultar el plan entre todas las organizaciones miembros de la coalición y que todas las personas que forman la base social de cada organización miembro hayan tenido la oportunidad de aportar y opinar. Todas las personas que participan de alguna forma en la campaña tienen que estar enteradas del proceso, con ello se garantiza que la iniciativa sea consistente con sus intereses, misión y prioridades y que las principales decisiones de la planificación tengan el mayor respaldo institucional posible.

**Gestión financiera:**

Para poder realizar una iniciativa efectiva de incidencia política, es importante contar con recursos económicos. Muchos elementos claves en una campaña de incidencia (tiempo del personal, estudios técnicos, asesoría, fotocopias, movilizaciones y equipo de oficina) se traducen en gastos económicos. El hecho de no contemplar una estrategia de gestión económica desde los primeros momentos de la iniciativa podría ser un factor limitante al momento de definir las estrategias. A la misma vez, se debe evitar pensar que la incidencia política es imposible sin fuentes externas de financiamiento. Esta actitud debilita el poder de acción de las organizaciones de la sociedad civil frente a la agenda prioritaria de la cooperación internacional. En la medida de lo posible la incidencia política debe hacerse con fuentes internas de financiamiento, lo que contribuye a que las propuestas sean más sólidas.

**Preparación de la propuesta técnica:**

Es importante, a veces, acompañar la propuesta política con una propuesta técnica. En el caso de campañas para lograr la aprobación o reforma de leyes, por ejemplo, es importante que el grupo impulsor incluya la versión exacta de la ley o reforma que se quiere aprobar.

## B. ACTIVIDADES CONCRETAS PARA INFLUIR EN EL ESPACIO DE DECISIÓN:

En el Paso 6, se identificaron las estrategias o líneas generales de acción que el grupo impulsor va a ejecutar en su campaña de incidencia política con la participación de todas las organizaciones miembros de la coalición. En la elaboración del plan de campaña, el grupo que promueve la iniciativa debe plantear las actividades específicas que va a llevar a cabo dentro de cada estrategia seleccionada, definiendo quiénes son las personas responsables de su redacción. Entre ellas, se pueden incluir las siguientes:

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>Cabildeo</b>	Visitas directas con la persona decisiva y demás personas claves.
<b>Organización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Asambleas</li> <li>❖ Reuniones</li> <li>❖ Talleres de liderazgo</li> <li>❖ Visitas domiciliarias</li> <li>❖ Capacitación</li> <li>❖ Fortalecimiento institucional</li> <li>❖ Formación de coaliciones</li> <li>❖ Formación de comisiones de trabajo</li> <li>❖ Reuniones de coordinación</li> </ul>
<b>Educación y sensibilización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Investigaciones</li> <li>❖ Foros</li> <li>❖ Talleres</li> <li>❖ Seminarios</li> <li>❖ Publicaciones</li> <li>❖ Videos</li> <li>❖ Teatro popular</li> <li>❖ Visitas domiciliarias</li> <li>❖ Festivales artísticos</li> <li>❖ Campañas de educación cívica</li> </ul>

<p><b>Medios de comunicación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conferencias de prensa</li> <li>❖ Entrevistas</li> <li>❖ Publicidad pagada</li> <li>❖ Visitas a juntas editoriales</li> <li>❖ Artículos</li> <li>❖ Cartas al editor</li> <li>❖ Reportajes</li> <li>❖ Eventos para cultivar relaciones con periodistas (desayunos, cócteles, etc.)</li> </ul>
<p><b>Movilización</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Huelgas</li> <li>❖ Marchas</li> <li>❖ Tomas</li> <li>❖ Vigilias</li> <li>❖ Plantones</li> </ul>

Una vez seleccionadas las actividades específicas, hay que plantearlas en orden coherente en un plan escrito. El plan debe especificar para cada actividad el resultado esperado con indicadores, fecha, persona responsable y recursos necesarios. En este paso, el análisis coyuntural y político cobra especial importancia para definir:

- ❖ ¿Cuáles actividades deben ir primero para tener mayor impacto y cuáles deben ir después?
- ❖ ¿Quiénes son las personas que se deberían visitar primero y quiénes pueden esperar?
- ❖ ¿Es importante visitar a la persona decisiva inmediatamente para comunicar la propuesta, o es mejor pedir que alguna persona aliada, con gran poder de influencia, le visite primero?
- ❖ ¿Hay que hacer un evento grande de presión para llamar la atención de los medios de comunicación aunque el tema de la campaña ya está en la agenda pública?
- ❖ ¿Se están aprovechando las fortalezas del grupo impulsor y las oportunidades del entorno político?

Hay muchas formas de diseñar un plan de incidencia política y el grupo impulsor debe adoptar el esquema que más le convenga en términos operativos. Un ejemplo de diseño funcional se presenta a continuación que sirve tanto para actividades relacionadas con tareas de preparación como para actividades para implementar una estrategia en particular.