

Incidencia Política

INVOCACIÓN AL MOVIMIENTO COOPERATIVISTA

Elevemos nuestro espíritu a Dios que es fuente de bondad y ejemplo de justicia, que Él encienda en nuestros corazones la sed de servir a nuestro prójimo, inspirados en los nobles principios del cooperativismo; ilumine nuestro entendimiento y guíe nuestras decisiones, exentas de egoísmo y espíritu de lucro, a fin de alcanzar la resolución de nuestros problemas económicos sociales y los de nuestros hermanos, para fomentar, conseguir y preservar la paz del mundo.

Así sea.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
1 ¿Qué es y para qué sirve la incidencia política?	5
1.1 El Plan de Incidencia	6
2. Pasos para la elaboración de un plan de incidencia	7
2.1 PASO 1. Planteamiento del Problema	7
2.2 PASO 2. La propuesta de solución	9
2.3 PASO 3. Análisis de Poder	11
2.4 PASO 4. Autoanálisis.....	14
2.5 PASO 5. La Definición de la Estrategia	15
2.6 PASO 6. El Plan de Actividades.....	19
2.7 PASO 7. La Evaluación	20
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

INTRODUCCIÓN

La participación política de las organizaciones del sector social de la economía especialmente las empresas cooperativas contribuyen económica y socialmente al sostenimiento de nuestro país, sin embargo, la visualización de esta contribución es limitada ya que los procesos de incidencia que se generan son escasos y débiles.

El presente modulo nos introduce a los principios básicos en los procesos de incidencia política tanto al interior de las mismas organizaciones como al exterior, teniendo como marco referencial el contexto que nos rodea, exploraremos en el mismo como las empresas cooperativas pueden crear oportunidades para aumentar la participación de las personas organizadas en la toma de decisiones y la influencia que se ejercerá sobre procesos tanto a nivel local y nacional como a nivel internacional

La incidencia política la tomaremos como un proceso que implica la participación de ciudadanos en sus organizaciones a fin de producir cambios. Tomando en consideración que este módulo de incidencia nos proporciona una serie de actividades que se emprenden con el fin de cambiar políticas y valores, prácticas y conductas, así como para aumentar destrezas y habilidades y fomentar la organización de nuestras empresas cooperativas.

1 ¿Qué es y para qué sirve la incidencia política?

La Incidencia política es una estrategia muy utilizada en el mundo actual por los activistas, las organizaciones no gubernamentales, las alianzas y los partidos políticos para influir en las políticas públicas.

Las organizaciones hondureñas han hecho acciones de incidencia política desde hace mucho tiempo. Aunque en el reciente pasado no hablábamos de incidencia política siempre lo hicimos, las cooperativas las organizaciones campesinas, sindicatos tienen una gran experiencia en el campo. La eliminación del servicio militar obligatorio, la aprobación de la ley de transparencia y acceso a la información son resultados concretos de acciones de incidencia de nuestras organizaciones.

La incidencia no solo busca crear o reformar políticas públicas, sino que trata de hacer que cumplan efectivamente las mismas. La experiencia nos muestra no basta con firmar un compromiso o lograr que se apruebe una ley, sino que debemos de estar atentos para que se cumpla lo acordado.

La incidencia política es un proceso deliberado que contempla una serie de actividades para influir en aquellas personas que toman decisiones sobre políticas. Es la acción de intervención de las organizaciones para lograr un cambio.

Como proceso deliberado debemos comprender que debemos seguir una serie de pasos muy relacionados unos con otros y que no todo lo vamos a lograr de una solo vez. Por lo tanto, es importante tener claro a quienes estamos tratando de influir y que política debe cambiar. Para eso realizar un diagnóstico que nos permita conocer quienes tienen el poder de emprender acciones para lograr el cambio. Identificada la situación podemos formular propuestas más concretas y desarrollar nuestra capacidad de negociación. Muchas veces las organizaciones no pueden negociar porque no tienen claro lo que buscan.

Para muchas personas, la incidencia política es confrontar al gobierno o a una empresa, es importante considerar que quienes toman decisiones políticas son seres humanos y no instituciones, por lo tanto, se trata de influir y debatir con argumentos, de convencer con nuestros planteamientos.

El cambio es la necesidad de modificar la realidad social y política que sentimos y que nos afecta negativamente. Cualquier persona puede tratar de encontrar soluciones los problemas a su comunidad o del país con la finalidad de lograr el bien común. Quienes pueden realizar esta tarea son las personas afectadas por una política pública que

pueden organizarse, que además cuentan con los recursos humanos y económicos, el tiempo y la voluntad necesaria para emprender los cambios.

1.1 El Plan de Incidencia

Es una herramienta para lograr un cambio. Un buen plan parte de uno o varios problemas priorizados y el correspondiente análisis de las causas y sus efectos, seguidamente analiza los espacios de poder y las personas que toman las decisiones, finalmente define las estrategias, las acciones, los mecanismos, distribución de las actividades y los responsables, así como, la organización de los recursos y la evaluación del mismo.

En resumen, para lograr el cambio se requiere:

- a. Voluntad y compromiso
- b. Un diagnóstico real
- c. Conocer el medio en que vamos a incidir
- d. Tener un “plan de incidencia” que incluya soluciones, estrategias, recursos humanos y financieros.

Entendemos como estrategia el conjunto de actividades que ejecutamos para lograr un objetivo en un plazo de tiempo determinado. La estrategia es como un mapa que nos orienta como vamos a llegar a la meta u objetivo previsto teniendo en cuenta nuestra visión, nuestros principios y valores

En todo proceso de incidencia es importante la comunicación con la sociedad en general, no solo con las personas que toman decisiones, sino también con el gran público que no está involucrado. Por ello se requiere una estrategia de comunicación para divulgar lo que estamos haciendo, se trata de influir en el resto de la comunidad y los y las personas tomadoras de decisiones para que aprueben nuestra propuesta.

Sin una **estrategia de comunicación** no lograremos los objetivos, lo importante es tener claro que se requiere de un grupo que tenga claridad de los objetivos, las metas, que estén distribuidos en comisiones que cada quien conozca su responsabilidad y que haya un mecanismo democrático para la toma de decisiones, debemos saber cómo vamos a financiar las acciones.

Finalmente, hay que considerar la **estrategia de movilización**. En Honduras se ha afianzado la idea de que los tomadores de decisión solo toman en cuenta a aquellas organizaciones que son capaces de realizar acciones. Las estrategias se pueden elaborar en etapas o pasos, hablemos de siete pasos que más adelante explicaremos.

Definición de los pasos:

- **Problema:** es una situación o condición que nos afecta.
- **Propuesta:** Es definir lo que se quiere.
- **Análisis de poder:** Es referirnos a la capacidad de tomar decisiones.
- **Autoanálisis:** Fortalezas y debilidades de la organización con relación a la propuesta.
- **Estrategias:** Conjunto de actividades para lograr un fin.
- **Actividades:** El desarrollo de lo planificado.
- **Evaluación:** Control y supervisión de las actividades.

2. Pasos para la elaboración de un plan de incidencia

La mayoría de las organizaciones que han tenido experiencia en la incidencia política nos hablan de siete pasos, la alianza cooperativa internacional en su guía para elaborar planes de incidencia, han hecho el siguiente esquema:



2.1 PASO 1. Planteamiento del Problema

Analizamos el o los problemas y priorizamos lo que más nos afecta, cuando no podemos resolver todo de una vez. Por ello, es importante tener en cuenta la capacidad de la organización. El planteamiento de un problema nos ayuda a encontrar una propuesta de solución. Para identificar y analizar un problema hasta llegar a un nivel de profundidad para que éste pueda ser resuelto a través de una propuesta de incidencia política.

Podemos seguir la siguiente ruta:



Identificar los problemas no es fácil. El problema es una situación o condición que nos afecta. Puede ser falta de algo o el impacto negativo en las personas u organizaciones.

Para identificar el problema hay que tratar de plantearnos problemas concretos. Luego podemos hacer un desglose del mismo, o sea analizarlo por partes.

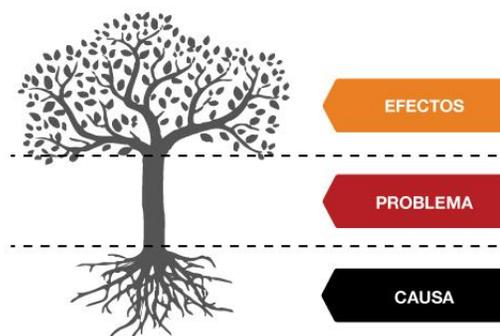
Podemos empezar haciendo una lista de problemas poniendo en primer lugar los que más nos afectan. A esto se le llama priorizar, es necesario hacerlo ya que casi siempre no contamos con los recursos suficientes. Al momento de priorizar se debe considerar la capacidad interna de la organización, el momento político y el impacto del problema en la comunidad.

También podemos utilizar un árbol de problemas, con esta herramienta ordenamos la discusión sobre la situación que queremos resolver. Nos permite distinguir las consecuencias o efectos de las causas, vamos a la raíz y no perdemos el tiempo. Nos ayuda a construir argumentos a favor de la propuesta que vamos a elaborar después.

¿Cómo se elabora un árbol de problemas?

1. Identificar los principales problemas con respecto a la situación en cuestión
2. Formular en pocas palabras el problema central
3. Anotar causas del problema central
4. Anotar los efectos provocados por el problema central
5. Elaborar un esquema que muestre las relaciones causa y efecto en forma de un árbol de problemas
6. Revisar el esquema completo y verificar su lógica e integridad.

Árbol de problemas



Un buen diagnóstico puede contener los siguientes elementos:

Objetivo del diagnóstico	<ul style="list-style-type: none">• Lo que queremos saber
Contexto	<ul style="list-style-type: none">• Se reconocen las organizaciones y estructura de poder en la comunidad, se hace una breve descripción de las cuestiones geográficas y políticas que nos permiten conocer el lugar en donde hacemos el diagnóstico y hasta donde queremos llegar
Diseño de la Metodología	<ul style="list-style-type: none">• Nos permite saber lo que necesitamos para resolver el problema.
Recolección de la Información	<ul style="list-style-type: none">• El tiempo los recursos y las personas responsables de la tarea.
Análisis y Evaluación	<ul style="list-style-type: none">• Una vez obtenida la información se procesa y se analiza para entregar los resultados a las personas involucradas en el proceso.
Estrategia	<ul style="list-style-type: none">• Con toda la información anterior se puede definir las o las estrategias a seguir en el plan de incidencia.

Con todos estos ejercicios podemos finalmente convertir lo negativo en positivo. De la identificación clara del problema sacamos los objetivos o propuestas de solución al mismo. Ya podemos elegir el tema de incidencia

Es importante tener en cuenta que para escoger el tema de incidencia debemos reflexionar sobre los siguientes aspectos:

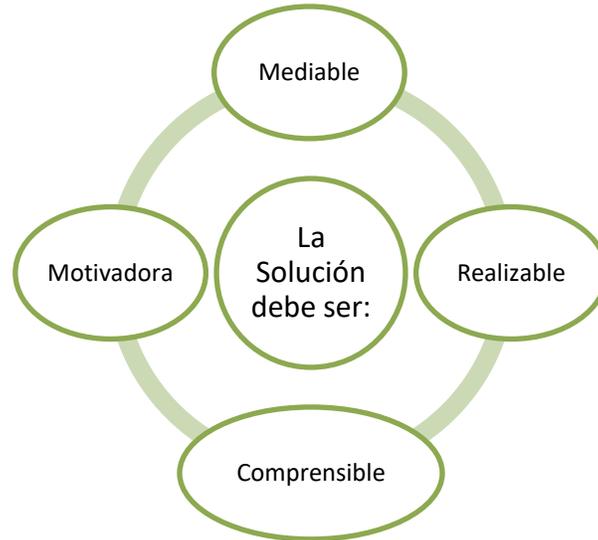
- Su contribución para resolver parcial o total el problema identificado
- El número de personas en las que va a tener impacto
- La probabilidad de éxito
- La oportunidad de establecer alianzas

2.2 PASO 2. La propuesta de solución

La propuesta es lo que se busca alcanzar para solucionar el problema priorizado. Es definir lo que se quiere. Una debilidad de la mayoría de nuestras organizaciones es que quieren resolver todo de una vez, supuestamente para lograr la unidad de toda la población. En realidad, es un planteamiento equivocado de la unidad, ya que lo que se logra es un montón de peticiones que generalmente no son resueltas en forma favorable.

La propuesta debe ser consensuada, es decir que todos y todas debemos de estar de acuerdo con la misma. Pero a la vez, es importante establecer un margen para la negociación, hay que tener claro, en que se puede ceder y en que no se puede ceder.

Algunas características de la propuesta



Su relación debe ser **ESPECÍFICA**, debemos hacer un planteamiento breve, claro y bien detallado, no hay que dejar lugar a confusiones.

1. **MEDIBLE**, es importante establecer metas y fechas claras, de manera que podamos evaluar los avances y retrocesos.
2. **REALIZABLE**, tanto desde el punto de vista político como técnico, tenemos que proponer cosas que se puedan hacer y lograr, para que sea aceptada por las personas que toman las decisiones.
3. **COMPENSIBLE**, relacionada con la primera característica es importante hacer propuestas que entienda toda la población para la que puedan promover y defender.
4. **MOTIVADORA**, cuando se conoce y comprende la propuesta se logra la motivación de todos los sectores, se pueden construir alianzas, se genera apoyo en sectores que no son directamente afectados por el problema y en definitiva se puede solucionar el problema.

Un buen documento de propuesta no debe ser muy extenso por el contrario debe ser breve y conciso. Por lo que se recomienda hacerlo en al menos tres partes:

- La primera es la introducción, en la que se puede escribir el problema, su importancia y los impactos negativos en la comunidad.
- En la segunda, se deben presentar las soluciones, insistiendo en la utilidad de la propuesta y que es posible realizarla. Si existen opiniones en contra, en esta parte se pueden despejar las dudas basándose en datos comprobables
- Y la tercera, es el cierre del documento, aquí se insiste o enfatiza en lo que pedimos a las personas que toman decisiones.

2.3 PASO 3. Análisis de Poder

Para esto
usamos el
Mapa de
Poder

El mapa de poder es un ejercicio visual que ayuda a identificar a las personas claves y su grado de influencia en el proceso de toma de decisión con respecto a la propuesta de incidencia.

El análisis de poder nos permite conocer quien o quienes tienen la autoridad formal o el poder real para decir SI a nuestra propuesta. En las organizaciones son las asambleas quienes toman decisiones, pero en muchas ocasiones hay líderes con mucho poder para decidir.

El proceso para toma de decisiones puede ser formal e informal. En una huelga se logra un acuerdo que después requiere ser ratificado por una asamblea. Es importante distinguir entre los dos procesos.

En el proceso formal es la vía oficial de acuerdo a las leyes del país y los estatutos de las organizaciones e instituciones. A veces estos procesos son complicados y enredados, por ello debemos conocerlos para realizar con éxito nuestra estrategia.

El procedimiento informal es mucho más complicado conocerlo, ya que ocurre al mismo tiempo que el proceso formal es allí donde encontramos a las personas que en realidad tienen poder para tomar decisiones, pero generalmente no está sujeto a reglas

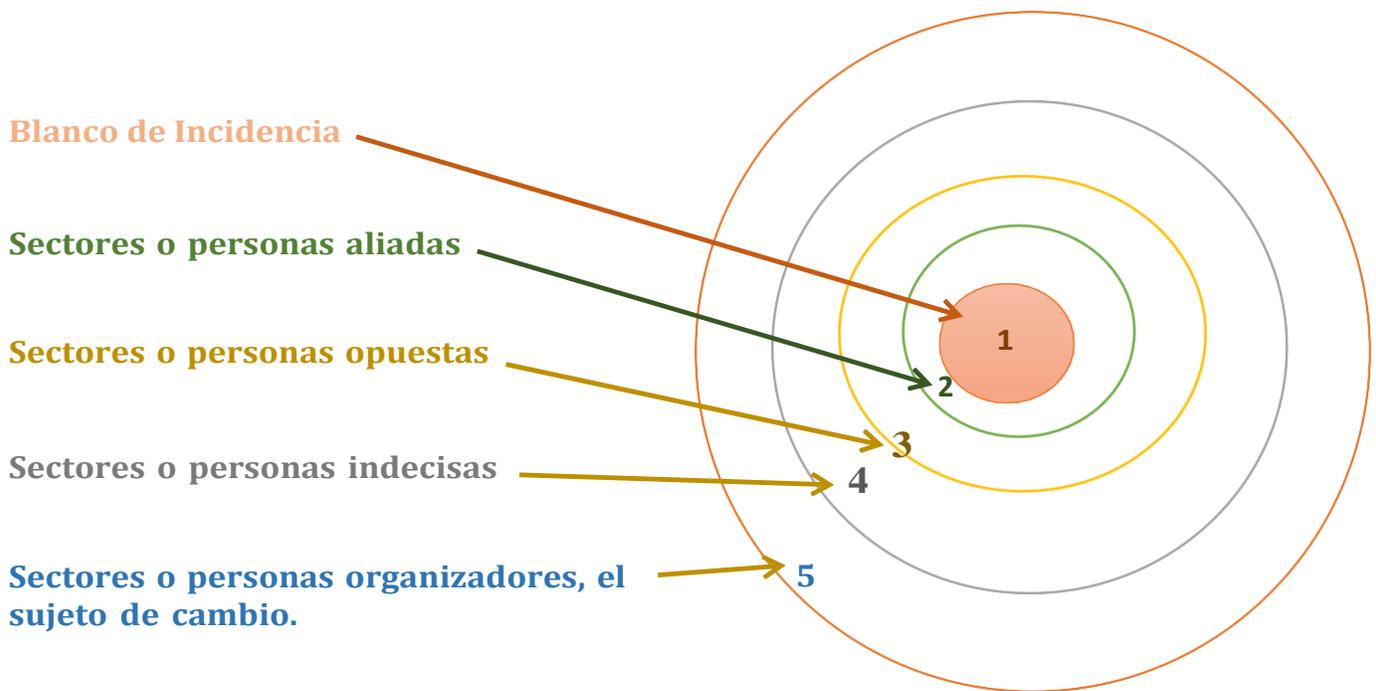
La ventaja del proceso formal es que los cambios son más permanentes y puede ser más participativo, transparente y público. Cuando el proceso formal se vuelve difícil podemos recurrir al proceso informal que puede ser más rápido, pero menos participativo y transparente. También corremos el riesgo que al cambiar las personas los cambios logrados se puedan perder.

Sabiendo esto podemos definir los siguientes aspectos:

- Identificar la persona o institución encargada de tomar la decisión relacionada con nuestra propuesta.
- Los pasos del proceso formal para tomar la decisión
- ¿Quiénes son las personas que verdaderamente mandan? Estas las identificamos cuando analizamos el proceso informal
- ¿Quiénes son las personas claves en cada paso?
- ¿Cómo podemos influir en cada uno de los pasos identificados?
- ¿Tenemos los recursos para cada uno de los pasos?

La herramienta “**mapa de poder**” nos ayuda a conocer a las personas que son consideradas como actores y su papel en nuestra iniciativa, como están relacionadas entre ellas, la vida no transcurre en una línea recta, las personas tienen opiniones, pero pueden cambiarlas, esto depende de muchos factores que debemos conocer. Pueden ser personas naturales, como diputados, ministros, sacerdotes y empresarios o pueden ser instituciones como partidos políticos, empresas privadas, organizaciones no gubernamentales, iglesias, etc....

Al momento de hacer el mapa de poder debemos describir lo más detalladamente quienes son las personas involucradas. Con relación a la propuesta, podemos identificar **los siguientes grupos de personas:**



El **blanco de incidencia** son personas que tienen en sus manos el poder para decidir los cambios que el grupo busca, puede ser el presidente de la República, o el Congreso Nacional. Un secretario de Estado, un director, un alcalde, etc.

Los **aliados** son aquellos que pueden apoyar la propuesta, ya que también se benefician de la misma, estos pueden ser convencidos más fácilmente.

Los **adversarios** no están interesados en que nuestra iniciativa tenga éxito. Todo cambio genera conflictos, no todas las personas están a favor de la reforma agraria, por ejemplo, o no todos están en contra de la venta de alcohol en el municipio. Las empresas mineras no quieren pagar más impuestos. Hay unos que están a favor de la privatización y otros están en contra.

Los adversarios son personas o instituciones muy poderosas que se oponen por diversas razones, pero la principal es que sienten que el cambio les afectara, que va a reducir sus ingresos y a eliminar sus privilegios. Pero no todos y todas se oponen de la misma forma, es importante clasificarlos evaluando su nivel de oposición. A veces no es fácil identificarlas por que actúan atreves de otras personas.

Los **indecisos** son aquellos que generalmente no tienen claro si recibirán o no beneficios con nuestra propuesta. No sabemos hacia donde se van a inclinar, entre ellos los medios de comunicación o la gente no organizada.

Estas personas son las que necesitamos convencer, es un error no tomarlas en cuenta ya que pueden ser muy decisivas a la hora de tomar decisiones. La historia nos dice que son los movimientos que logran incorporar a las y los indecisos los que han logrado mejores resultados.

Los **organizadores** son personas que planifican, ejecutan, controlan y evalúan un plan de incidencia. Son las que desarrollan una estrategia para lograr el cambio.

Como hemos visto de ellos se requiere saber:

- La motivación de su propuesta
- Sus fortalezas y debilidades organizativas
- Los recursos con los que cuentan

Mapa de Poder

Para elaborar el mapa de poder se dibuja el cuadro anterior y se llena las columnas a partir de las preguntas que hemos indicado, una por una debemos escribir el nombre completo y clasificación por su importancia. Puede ser que una persona pueda estar en

más de cuadro, puede que sean aliados pero que estén muy indecisos, o pueda ser aliado y oponerse a la vez. Un dueño de una fuente de agua que queremos proteger puede estar en contra de que trabajemos en su propiedad, pero a la vez pueda que sienta que pueda proteger la fuente por sí solo.

Sectores o personas aliadas	Sectores o personas opuestas	Sectores o personas indecisas	Sectores o personas organizadas

2.4 PASO 4. Autoanálisis

En este paso reflexionamos sobre las fortalezas y debilidades de la organización con relación a la propuesta, este es el espacio donde definimos la forma en que vamos a organizar el plan de incidencia, vamos a estudiar con detalle nuestra capacidad para lograr que se apruebe la propuesta.

Si vamos a trabajar en una alianza o coalición es importante aclarar cuál va a ser el aporte de cada organización o persona y como se van a tomar las decisiones, esto hay que definirlo desde el principio, ya que muchas veces las contradicciones surgen no por la propuesta sino por la forma en que se toman las decisiones, hay que establecer los límites de la autoridad.

Finalmente definimos las fortalezas y debilidades de la organización e identificamos las posibles soluciones, pudiendo hacerlo en la siguiente matriz:

Fortalezas	Debilidades	Medidas para Solucionarlas

Este es un ejercicio muy importante y debe ser autocrítico, es como mirarnos en el espejo en que hay el que hay que ver nuestros atributos positivos que son nuestras fortalezas y los aspectos negativos o debilidades de cada aspecto de la organización con relación a la incidencia.

Entre los aspectos que podemos analizar tenemos:

1. Conocimiento de la temática
2. La capacidad y experiencia en la planificación
3. La calidad de liderazgo
4. Los niveles de conceso
5. Los recursos que contamos

Confrontado lo positivo con lo negativo podemos entonces elaborar una propuesta de solución en el marco de la propuesta general. Es importante detenerse en el análisis del liderazgo, su legitimidad y representatividad, que tan comprometidos están con la ética del movimiento cooperativo, su visión del futuro, si son transparentes y solidarios.

2.5 PASO 5. La Definición de la Estrategia

Como hemos visto las estrategias son un conjunto de actividades que persiguen un mismo fin que está directamente relacionado con la propuesta. Son el resultado del análisis de poder y nuestras capacidades. Hay varios tipos de estrategia: de persuasión y presión, de comunicación, de incidencia, de organización, de cabildeo, etc.

En el diseño de la estrategia hay que considerar el contexto, la oportunidad, las fortalezas y debilidades organizativas y el riesgo

Cuando hablamos de **contexto** nos referimos al entorno político, las características del Estado, ¿Cuál es la fuerza de la sociedad civil? ¿Qué partido está en el gobierno? ¿Cuál es su agenda?; el entorno geográfico es importante, si por ejemplo estamos muy alejados de los centros de poder; el entorno económica y social; la cultura, religión, raza o grupo étnico. Todos estos aspectos que influyen en la posibilidad de lograr el cambio.

El momento en que vamos a desarrollar la estrategia debe ser adecuado. La **oportunidad** no se presente todos los días, tomarse una vía pública cuando no es transitada puede generar desconcierto, a veces los periodos electorales son buenos para obtener compromisos. Un foro público internacional puede servir para presentar asuntos muy controversiales

Finalmente, el riesgo, la estrategia no es una receta de cocina que se puede utilizar para todos los casos. A veces la presión es el único camino que queda, pero en muchas ocasiones despreciamos actividades más sencillas pero que pueden ser exitosas, en Honduras la toma de carreteras ha perdido fuerza por que se ha abusado de la misma.

La incidencia puede ser al interior de la organización, como también local, regional. Nacional e internacional

Lo importante es tener claro el papel de la opinión pública, primero que todo hay que tener en cuenta a nuestras organizaciones. Como las cooperativas locales, las federaciones, luego están las organizaciones de la sociedad civil afines a nuestra propuesta, el sector privado, el gobierno como tal, ya sea a nivel de poder ejecutivo, legislativo y el judicial. Consideremos también los organismos internacionales, como el Banco Mundial, las agencias de cooperación y oficinas de las Naciones Unidas.

Ahora veremos detenidamente algunos tipos de estrategia:

- ***Organización:*** Insumos para elaborar la estrategia del plan de incidencia.
- ***Comunicación:*** La comunicación debe de llegar a un público amplio.
- ***Movilización:*** En la Movilización debemos de presentar la propuesta clara y concreta.
- ***Cabildeo:*** La negociación nos permitirá influir en los centros de poder.

2.5.1 La Estrategia de Organización

Ya hemos analizado nuestras fortalezas y debilidades. Con estos insumos podemos elaborar la estrategia de organización del plan de incidencia. En las estrategias de organización debemos definir las reuniones, talleres que vamos a realizar, los mecanismos para la discusión y toma de decisiones, las tareas y los equipos responsables, como se va a financiar y ante quien se va a rendir cuentas.

2.5.2 La Estrategia de Comunicación

En la estrategia de comunicación debemos considerar los siguientes aspectos:

- **Información.** Tenemos que ser capaces de dar información confiable y verificable, que sea clara y bien explícita.
- **Rendición de cuentas.** Las personas o sectores involucrados que asumen compromisos deben cumplir con los mismos y hacerlos de conocimiento público.
- **Simbología.** Es importante que nuestra lucha tenga sentido, por ello hay que recurrir a símbolos o historias en las que la gente se pueda reconocer. Una paloma blanca por ejemplo es un símbolo de los que luchan por la paz. Los ambientalistas usan el color verde como símbolo.
- **Influencia.** A través de la comunicación tenemos que obtener la ayuda de sectores que tiene capacidad para tomar decisiones o convencer a otros de hacerlo

Por ello es importante el mensaje. un buen mensaje se centra en las necesidades de la gente, hay que lograr que las personas reflexionen sobre su relación con el problema que estamos tratando de resolver.

El mensaje debe ser sencillo y corto, hay que considerar; el lenguaje, las palabras que vamos a utilizar depende de las edades del público a quien vamos a tratar de influenciar o de sus creencias; la fuente, quien tiene credibilidad para transmitir el mensaje; y la hora y lugar en que lo transmitamos, estos son canales de la comunicación.

2.5.3 La Estrategia de Cabildeo

La persuasión

En este paso afinamos la propuesta, para ello hacemos una ronda de consultas, por ejemplo, se puede hacer reuniones sectoriales o regionales, entrevistas con actores claves. Es importante involucrar los medios de comunicación ya que contribuyen a distribuir y llevar la propuesta a muchos sectores. Este contacto con diversos actores es un elemento motivador muy importante sobre todo porque ayuda a preparar acciones más grandes en el futuro cercano.

La negociación nos permite influir en los centros de poder. Usualmente no todos y todas participan en la negociación. Es importante considerar lo siguiente:

- Negociar es un ejercicio donde se ponen en juego intereses y poderes de los grupos que lo realizan
- Nadie puede negociar exitosamente si no usa el poder que tiene. Por lo tanto, no podemos llegar a una negociación sin suficiente poder como para alcanzar nuestro objetivo.

Para ello debemos seguir algunas recomendaciones que podemos resumir de la siguiente manera:

1. El planteamiento

- Tener que acordar de forma clara los objetivos a conseguir

2. la pre-oferta

- Que sea solida
- Debe ser coherente y con una visión general
- No debe ser ofensiva no defensiva
- Hay que escuchar a la otra parte, asegurarnos que entendemos bien su posición
- En esta parte, todavía no se tiene una posición definitiva

3. La oferta

- La pre-oferta ha tenido que ser planteada y resuelta, antes de llegar a la oferta
- Es una posición avanzada, discutida y madura, muy cercana a la posición de acuerdo entre las partes.
- Considerar la posibilidad de mantener la globalidad de la negociación. Es decir, no hay que perdernos en solo punto, si no ver todo el planteamiento que hicimos
- Establecer, de forma clara, nuestros intereses, posibilidades y objetivos

4. El pre-acuerdo

- Debe haber equilibrio entre las partes.
- No se debe haber forzado a ninguna de las partes.
- Debe cumplir con los objetivos iniciales, por tanto, revise la propuesta inicial.
- Evite los malentendidos.
- Actúe con transparencia.
- No incorpore ninguna nueva clausula o acuerdo sin consultar.

5. La firma

- Hasta el final puede haber peligro de ruptura.
- Evite transmitir euforia o triunfalismo, hasta no firmar hay peligro de perder si no se llega a un acuerdo

2.5.4 La estrategia de movilización

Para lograr la negociación a veces se requiere presión, cuando el cambio afecta intereses poderosos no resulta fácil persuadir, hay que mostrar nuestra fuerza social, ya que a veces se tendrá que llegar a acciones de mucha presión. No solo es hacer huelgas o tomar edificios y carreteras, se pueden hacer vigilias, visitas casa por casa, recolecta de dinero o firmas, ayunos, enviar cartas públicas, foros públicos y radiales, etc.

En la movilización debemos presentar la propuesta clara y concreta y debemos hacer un esfuerzo para que la gente que participa la conozca, muchas movilizaciones se hacen sin considerar estos elementos porque a veces termina en fracaso. Y aunque es una medida de presión hay que saber que siempre llegara a la estrategia de negociación.

2.6 PASO 6. El Plan de Actividades

Ya hemos hecho todo el análisis, ahora vamos a planificar nuestro trabajo de incidencia. En este paso vamos a planificar las acciones, que vamos a lograr con estas y a definir los recursos y responsables de las mismas para lograr el objetivo de la propuesta.

Por cada una de las estrategias podemos hacer más de dos actividades, hay que tener siempre la propuesta, el mapa de poder, el auto análisis y los aspectos a tomar en cuenta para cada estrategia.



Matriz para actividades por estrategia

Estrategia	Actividades	Resultados Esperados	Recursos	Fecha	Participantes	Responsables
Organización						
comunicación						
Cabildeo						
Movilización						

2.7 PASO 7. La Evaluación

El último paso es muy importante, por muy bueno que sea el plan de incidencia, si no está claro quien hace las cosas y quien controla las mismas, es probable que fracasemos. Se requiere un seguimiento periódico al plan, es decir sobre lo que estamos haciendo.

- La evaluación nos permite medir y verificar las actividades realizadas para en caso se oriente el trabajo.
- La evaluación es un elemento clave de todo proceso de cambio a través de la incidencia política.
- Es la forma de ir aprendiendo tanto de sus éxitos como de sus fracasos para fortalecer la capacidad de incidir en la política y los programas públicos.
- Se requiere un seguimiento periódico del plan, es decir cada cierto tiempo hay que hacer un alto en el camino y reflexionar sobre lo que estamos haciendo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alianza cooperativa internacional, guía para elaborar planes de incidencia, San José, Costa Rica, 2004
2. WOLA, guía popular para la incidencia, oficina en Washington para asuntos latinoamericanos,2001
3. CARE, Guía y herramientas para la incidencia política Washington 2001
4. www.aciamericas.coop
5. www.raises.org/documentacion/documentos/metodologia/manualpdf