

La incidencia es un proceso y no un fin en si mismo.

Se necesita trabajar en alianzas.

La incidencia se debe enfocar en una, dos o máximo tres temáticas.

Es un proceso largo, difícil que requiere de perseverancia

Es un proceso local, nacional, regional e internacional.

Es un proceso que requiere proposiciones y no solo denuncias.

Hay que garantizar los recursos humanos y materiales para ejecutarlos.

INCIDENCIA

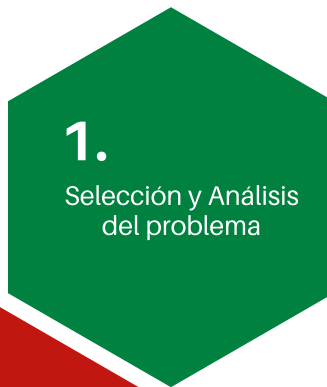
Módulo I

Panelista: Carlos Quesada, Director Ejecutivo Raza e Igualdad

Son todas aquellas acciones realizadas a través de una **estrategia**, con el fin de **lograr cambios específicos** sobre determinadas políticas: de gobiernos, instituciones internacionales o agencias de cooperación, que de una u otra forma afectan el bienestar de un grupo de individuos, una comunidad, de un país o una región.

Se busca una **transformación estructural**, muchas veces política, más que democrática.





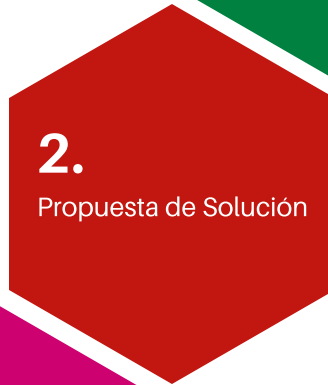
1. Selección del problema
2. Analizar las causas y consecuencias
3. Priorización de las causas.
4. Definición de la causa principal.
5. Identificación de las alternativas.
6. Priorización de las Soluciones



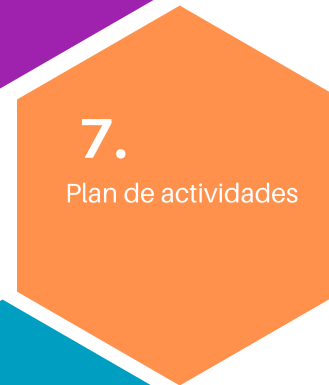
Establecer e iniciar un diálogo con los actores políticos.

Hay que ser concisos e identificar objetivos específicos para cada reunión o carta.

Dejar un resumen de nuestra posición..



¿Es nuestra propuesta concreta, realista, viable...?



Actividades para la ejecución de la campaña de incidencia.

Responsabilidades.

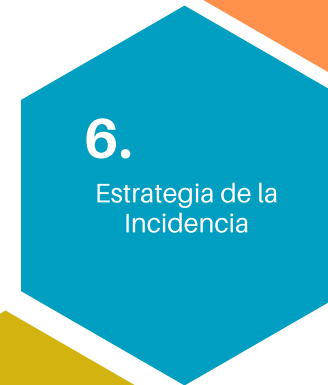


¿Quiénes exactamente toman la decisión?

¿Cómo y con qué procedimientos se toma la decisión?

¿Qué tipo de legislación existe a nivel nacional, regional o internacional que podría influir en la toma de decisión?

PASOS para la INCIDENCIA



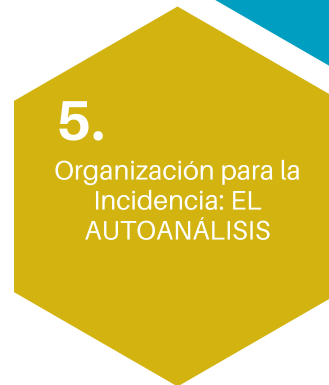
Formulación de las estrategias de influencia.

Influyendo en el espacio de decisión.



Identificación del universo de actores que influyen en nuestro objetivo.

Clasificación y priorización de los actores en aliados, oponentes e indecisos.



Organización de la propuesta de solución.

Identificación de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades,

Viabilidad de la campaña