|  |  |
| --- | --- |
| **TABLA 9.** **Ciclo de Incidencia** | |
| **Diagnóstico** | Supone identificar la problemática a la que responder con acciones de incidencia, imaginando el cambio y estableciendo lo necesario para lograrlo. Se debe investigar todo lo posible sobre el tema, recopilando y analizando la información cuantitativa y cualitativa que apoyar nuestros pasos. Debe quedar claras las causas y los efectos del tema de incidencia. Finalmente se proponen soluciones identificando los recursos y acciones para lograrlo. |
| **Planificación** | Se elabora un plan y una estrategia para incidir en la problemática mediante un proyecto, programa o política. Se establece lo que vamos a hacer, cuándo lo vamos a hacer y quién va a hacer qué. Esto supone establecer la relevancia de lo que se hace, los objetivos, los efectos deseados, oportunidades, amenazas, el entorno, las actividades, indicadores, metas, medios, en lo principal. |
| **Acción** | Es un momento de acción y comunicación. Por un lado supone realizar todas las actividades establecidas y, por otro, la puesta en el debate público de nuestra propuesta, por lo que se debe contar con los mensajes precisos para influenciar sobre nuestras posiciones, mientras las acciones se llevan a cabo. Implica también la construcción de relaciones que pueden tomar la forma de colaboradores, contactos, influencias, etc. |
| **Evaluación** | Supone una medición continua de los avances de nuestros objetivos y si la estrategia está dando resultado o es necesario realizar ajustes. Un proceso guiado por indicadores permitirá medir el cumplimiento, todo insumo de retroalimentación permite un aprendizaje y por lo tanto la posibilidad de mejorar. |

Fuente: Watson, Herramientas para la incidencia

Elaboración: Fundación Tandem

|  |  |
| --- | --- |
| **11. Matriz mensajes de incidencia** | |
| Usos | Comunicación |
| Fase del ciclo | Planificacion, Ejecucion |
| Instrucciones | Para que la incidencia sea exitosa es importante planificar y desarrollar mensajes que sean simples, claros y específicos. Las personas que reciban el mensaje deben saber lo que se está pidiendo, por qué se lo está pidiendo, quién debe ejecutar la acción y en qué plazo. También deben comprender con facilidad lo que se les pide que hagan.  Funciona mejor cuando su mensaje es claro y conciso. Una forma de ponerlo a prueba es por medio del “discurso del ascensor”, es decir, poder comunicar su mensaje de incidencia en el tiempo que toma subir del primer al sexto piso por ascensor.  Una manera de planificar y desarrollar su mensaje de incidencia es aplicar el marco de más abajo, donde se ilustra un ejemplo: |
| Herramienta | |  |  | | --- | --- | | El problema | Escribir un breve enunciado del problema | | Los efectos del problema | Resumir los efectos del problema, utilizar estadísticas y otra información de respaldo | | Las causas del problema | Resumir las causas (se puede seguir lo hecho en el árbol de problemas) | | Las partes interesadas | Hacer una lista de las partes interesadas y los mensajes o ideas que tienen en torno a l problema | | La propuesta | Resumir la propuesta. Este mensaje es clave. Se lo debe trabajar de forma positiva y concreta. | | La contraparte | Identificar la institución o autoridad que tiene competencia sobre el problema ya ;a que se le presenta la propuesta o se le piden las soluciones. | |

Fuente: Watson, Herramientas para la incidencia

Elaboración: Fundación Tandem

Tomada de: GUÍA PARA INCORPORAR EL ENFOQUE DE GÉNERO CON PARTICIPACIÓN CIUDADANA, TANDEM, 2020**.**