

LOS PRINCIPIOS CLASP

1 ¿Por qué las personas deberían confiar en usted?



CREDIBILIDAD

¿Qué es?

La credibilidad es el punto hasta donde las personas creen en su organización como fuente de información o el punto hasta donde ellos creen en su mensaje. Por ende, este principio depende del nivel de confianza que las personas tienen en usted y en su experiencia.

El hecho de que las personas lo consideren creíble puede ser subjetivo, pero también puede ser influido por sus acciones.

La credibilidad es un principio importante para tener intervenciones efectivas de movilización de apoyo: solo podrá convencer a los que toman decisiones si confían en usted y creen en su información.

¿Cómo comprobar que usted se apega a este principio?

- **Comportamiento personal:** Un importante componente de su credibilidad es que usted como persona debe confiar en su mensaje al mismo tiempo que lo hace llegar.
- **Investigación:** La confianza que las personas tienen en su organización se relaciona a la información y datos que usted utiliza. Su credibilidad puede aumentar si realiza una investigación adecuada sobre su tema y sobre los efectos de las políticas o prácticas existentes en sus beneficiarios y circunscripción. Involucre a su circunscripción (es decir a su organización y sus miembros) en la investigación y brinde evidencia de forma científica y accesible.
- **Presupuesto:** Asegúrese de presupuestar las actividades que le ayudan a ser creíble. Piense por ejemplo en los costos de llevar a cabo la investigación, comunicación y de crear visibilidad.

2. ¿Quién o qué le da el derecho de interferir?



LEGITIMIDAD

¿Qué es?

Dentro de las intervenciones de movilización de apoyo, la legitimidad se refiere a qué tanto se acepta o qué tan representativa es su organización al momento de tomar alguna postura. También examina si ha involucrado y cómo ha involucrado a las personas en nombre de quienes habla..

¿Cómo comprobar que usted se apega a este principio?

- Asegúrese de que su intervención se haga por/con/para los beneficiarios: Para que su intervención tenga legitimidad, usted debe establecer la iniciativa de movilización de apoyo de tal forma que se haga:

Por los beneficiaries

Con los beneficiaries

Para los beneficiaries

Esto significa que hay que involucrar a los beneficiarios a partir del inicio del proceso, ya que ellos son el motivo de su mensaje, y convertirlos cada vez más en responsables del proceso de movilización de apoyo.

- Asegúrese que su circunscripción (su organización y sus miembros) autorice su intervención durante todo el proceso de movilización de apoyo. Es importante que se mantenga transparente, accesible y en contacto con su circunscripción, por ejemplo, mediante la organización de reuniones para la preparación y retroalimentación.
- Asegure el presupuesto para la legitimidad, ya que éste no es gratis. Por ejemplo, piense en los costos de organizar reuniones. También tome en cuenta que los procesos inclusivos tienden a tardar más.

3. ¿Cómo puede comprobar de que usted es transparente con los que toman las decisiones, donantes, su circunscripción y sus beneficiarios semejantes?



RENDICIÓN DE CUENTAS

¿Qué es?

La rendición de cuentas representa responsabilidad y transparencia. Es la forma en que usted le comprueba a todas las partes interesadas de que es fiable como organización o como persona. Por ejemplo, esto se hace mediante el uso de informes, vídeos, reuniones públicas, testimonios, sitio web, redes sociales, y así sucesivamente. Ponga a disposición y de manera accesible a sus partes interesadas la información sobre su organización, sus proyectos, sus resultados y recursos.

Por lo general, las personas distinguen dos tipos de rendición de cuentas. .

(1) Rendición de cuentas retrospectiva: rendir cuentas a su circunscripción (su organización y sus miembros), beneficiarios, junta directiva o alianza.

(2) Rendición de cuentas progresiva: ser transparente con aquellos a los que quiere influir

¿Cómo comprobar que usted se apega a este principio?

- **Use hechos/informes accesibles:** ofrezca información sobre su organización y lo que ésta hace, por ejemplo, mediante el uso de informes anuales, reuniones de información sobre los proyectos con sus beneficiarios y socios, información publicada en su sitio web y así sucesivamente. Trate de ser lo más abierto y transparente posible con todas sus partes interesadas incluyendo sus beneficiarios, circunscripción, socios, donantes y sus grupos políticos meta.
- **Organice eventos:** sea lo más transparente posible al brindar información financiera e informes de auditoría.
- **Use informes de auditoría e información financieras:** sea lo más transparente posible al brindar información financiera e informes de auditoría.
- **Presupuesto:** asegure el presupuesto para la legitimidad, ya que éste no es gratis. Por ejemplo, piense en los costos de eventos públicos, de investigación, para el auditor, el sitio web y diseñadores gráficos.

4 ¿De qué forma está siendo útil? ¿Se enfoca en soluciones mutuamente beneficiosas?

ORIENTACIÓN AL SERVICIO



What is it?

La orientación al servicio es una actitud que se enfoca en desarrollar una buena relación y cooperación con la persona en la que usted quiere influir. Usted puede ver la movilización de apoyo como un proceso de negociación en el cual trata de crear una situación que resulte útil para usted y por ende para sus beneficiarios, así también para el que toma las decisiones. Así que lo que usted desea es abordar su problema y las necesidades o inquietudes del que toma las decisiones al mismo tiempo.

Cuando aplica el principio de orientación al servicio, usted muestra voluntad de ayudar al que toma la decisión, sin ceder a los cambios que usted desea ver.

La mayoría de los enfoques activistas (usan la confrontación con los que toman las decisiones) no se preocupan por desarrollar una buena relación. Estos principios no aplican para esos enfoques.

¿Cómo comprobar que usted se apega a este principio?

- **Cumpla lo que prometa:** Escuche bien y dé los hechos, detalles, información e informes que prometió y también dé respuestas a preguntas que sean relevantes a su circunscripción (su organización y sus miembros) y grupos meta políticos. Su información e investigación debe contener todo lo que prometió brindar— no más, ni menos.

- **Ofrezca calidad y a tiempo:** Sea cuidadoso al brindar resultados de alta calidad y bríndelos a tiempo. De esta forma sus beneficiarios tendrán tiempo para responder, y sus grupos meta políticos podrán reflexionar y usar la información.
- **Asuma una actitud de servicio** B sirva a su circunscripción, sus beneficiarios o a los ciudadanos que representa. Asimismo, no trate a sus grupos meta políticos como enemigos, sino que abórdelos como personas que pueden ayudarle de la misma forma en que usted intenta ayudarles.

5. ¿Cuál es su base de poder y cómo la usa?

BASE DE PODER



¿Qué es?

El poder es una parte integral de la vida, pero es un tema difícil de abordar y trabajar. El poder influye sobre las relaciones entre las personas, las organizaciones, en las amistades y relaciones amorosas, en el matrimonio, en las redes y alianzas – y sin duda juega un rol importante en las dinámicas de las políticas.

El poder es dinámico y completo, y cambia de acuerdo al contexto y los intereses.

Analizar e identificar las distintas caras del poder le dará la oportunidad de tratar el poder de forma consiente y responsable.

Es de ayuda analizar el poder observando los cuatro distintos tipos de poder (basándose en las enseñanzas de Ghandi): ‘Poder sobre’; ‘poder con’; ‘poder para’; y ‘poder interior’.

Su intervención de movilización de apoyo debe basarse en sí misma sobre la sensibilización y la comprensión sobre el poder. Es importante que evalúe su propio poder y compararlo con el poder de los demás. Usted necesita averiguar a quién le gustaría convencer para que use su poder con el fin de promover el cambio que desea.

¿Cómo comprobar que usted se apega a este principio?

- **Poder sobre:** fortalezca la posición de liderazgo que tiene en la sociedad, en una organización o en las políticas. Aumente y mantenga la imagen de su organización y su relación con sus miembros y beneficiarios / ciudadanos.
- **Poder con:** involúcrese con sus beneficiarios y aliados, y colabore o participe en redes y alianzas para maximizar su influencia. Juntos serán más fuertes que estando solos.
- **Poder para:** compruebe su conocimiento sobre el tema de la política y desarrolle investigaciones basadas en la evidencia con involucramiento de los beneficiarios.
- **Poder interior:** sea consciente de su actitud y muestre confianza. Sea consciente de que difícilmente engañará a las personas – si usted no cree en lo que hace, ellos lo sentirán y lo tratarán como corresponda.
- **Presupuesto:** haga un presupuesto para preparar y fortalecer su base de poder. Piense en los costos de desarrollo de redes de contacto y alianzas, comunicación y transparencia en sitios

web, investigación y así sucesivamente. Además, tener un gran presupuesto puede ser un aspecto de “poder” por sí mismo.