

Foro Andaluz de Gobiernos Locales y Procesos Participativos

HOJA DE RUTA

HOJA DE RUTA PARA EL DISEÑO Y LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS LOCALES DE PROCESOS DE PARTICIPACIÓN Y GOBIERNO ABIERTO PARA LOS GOBIERNOS LOCALES DE ANDALUCÍA

ASPECTOS FUNDAMENTALES

- | | | |
|-----|---------------------------------|---------|
| 1. | LEGITIMIDAD | pág. 3 |
| 2. | GOBERNANZA LOCAL | pág. 4 |
| 3. | EXCELENCIA | pág. 5 |
| 4. | EFICIENCIA | pág. 5 |
| 5. | IDENTIFICACIÓN DE LOS ACTORES | pág. 6 |
| 6. | ANÁLISIS DE LA REALIDAD | pág. 7 |
| 7. | PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA | pág. 8 |
| 8. | PACTO LOCAL | pág. 9 |
| 9. | COORDINACIÓN | pág. 9 |
| 10. | EVALUACIÓN | pág. 10 |
| 11. | MARKETING Y COMUNICACIÓN SOCIAL | pág. 10 |

1. LEGITIMIDAD

Objetivos Generales:

- Conocer la Ley de Participación Ciudadana de Andalucía, como norma reguladora de esta materia y garantía de la misma.
- Facilitar la participación ciudadana en la Administración Local para establecer cauces materiales, proporcionar la información, los conocimientos y la motivación necesaria para hacerla efectiva.
- Trabajar de forma coordinada y cooperativa entre Administraciones Públicas y Agentes Locales a fin de conseguir las condiciones sociales para que toda la ciudadanía tenga las mismas oportunidades para opinar, expresar y participar en condiciones de igualdad en los asuntos públicos.

Objetivos específicos:

- Procurar la mejora de los servicios públicos locales, cooperando con la Junta de Andalucía, gracias a la puesta en marcha de este proyecto, acercando la Ley de Participación Ciudadana a los Gobiernos Locales de Andalucía.
- Realizar una revisión conjunta de la situación en torno a los modelos de participación ciudadana en los Ayuntamientos de Andalucía (DAFO).
- Formar/Capacitar a responsables políticos y el personal técnico entorno a herramientas y procesos útiles/testados para la puesta en marcha de procesos de participación en el ámbito local.
- Asesorar a los Gobiernos Locales de Andalucía para la puesta en marcha de actuaciones vinculadas con los Procesos Participativos (desde la Unidad de Gestión Federación Andaluza de Municipios y Provincias) y constituir el Foro Andaluz de Gobiernos Locales y Procesos Participativos en Andalucía.

Visibilidad en la agenda política local de las potencialidades de la gobernanza a favor de la incorporación del concepto “Gobierno Abierto y Procesos Participativos”

2. GOBERNANZA LOCAL

La gobernanza, también conocida como “buen gobierno” se asienta sobre la base de la participación y la cooperación activa entre el gobierno local y los miembros de la comunidad: responsables políticos, actores económicos y sociales, ciudadanía organizada o no, etc.

Este planteamiento supone una apuesta decidida por hacer partícipes de la toma de decisiones todos los actores del territorio para concertar un futuro común. Para que estas decisiones sean estables y perduren en el tiempo, deben participar los diferentes grupos políticos, así como representantes de toda la población, como asociaciones que garanticen una función social, distintas plataformas e incluso la ciudadanía a título personal. Para ello, es necesaria la integración de la participación digital, coordinando las nuevas tecnologías con los mecanismos tradicionales, evitando así la brecha digital. Los procesos netamente digitales pueden desmotivar a una capa de la población y propiciar una falta de comunicación intervecinal frente a un proceso de participación.

La gobernanza se traduce en una revitalización de la democracia local y requiere de la madurez de todas las partes, así como liderazgo, coordinación y cooperación, transparencia y un adecuado acceso a la información y al conocimiento útil. Para acercar la información a la ciudadanía y lograr una transparencia real, se propone:

Una apuesta decidida por hacer partícipes de la toma de decisiones a todos los actores del territorio para concertar un futuro común.



- Hacer públicas de las distintas reuniones con un lenguaje accesible.
- Facilitar más canales de información, adaptarlos y hacerlos accesibles a toda la población, así como visibilizarlos al mayor número de población posible.
- Trabajar en la sensibilización del personal y los destinatarios en materia de transparencia y la necesidad de esta.
- Ofrecer a la ciudadanía una visión global del proceso, es decir, establecer la transparencia en todos los ámbitos y a todos los niveles del proceso.
- Establecer canales de participación ciudadana en el mismo nivel o ámbito de la transparencia, convirtiéndose así en un verdadero canal de comunicación entre las administraciones locales y la ciudadanía.

3. EXCELENCIA

En la gestión de lo público favorecedora de la buena gobernanza y la participación ciudadana

Hoy en día resulta prácticamente indiscutible que la buena gobernanza pasa por la adopción de estrategias de calidad total. En este sentido, el criterio de excelencia tiene una consideración transversal e integral, pudiendo aplicarse a muchas facetas en el ámbito local.

Las más inmediatas son la calidad en la gestión y en los servicios.

El desarrollo de un gobierno relacional que promueve la implicación ciudadana en los asuntos públicos es una necesidad. Para ello es básico, definir estrategias de excelencia que puedan conducir a este gobierno relacional a lograr sus objetivos.

Los retos sociales son cada vez más complejos en una sociedad de grandes cambios que afronta cuestiones como la participación, la corresponsabilidad, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, la integración de la nueva ciudadanía de orígenes culturales muy diversos, los retos ambientales, el dinamismo económico, que confronta visiones e intereses diversos que requieren de nuevas formas de gestión y nuevos roles de los actores implicados.

4. EFICIENCIA

Las Administraciones Públicas en general y en particular la Administración Local se enfrentan actualmente a una situación socioeconómica compleja en la que deben responder a unas necesidades crecientes de servicios con unos recursos limitados y un marco financiero estrecho.

Si bien la eficiencia siempre ha sido un deber para quienes administran lo público, en este momento se configura como un criterio prioritario e incluso como una estrategia.

Comienza así a imponerse una cultura de gestión centrada en los fines, más que en los medios, en la que se pretende alcanzar un equilibrio entre calidad, tiempo y coste. Se trata en definitiva de incrementar los resultados por unidad de inversión económica, definiendo claramente los objetivos y centrando los esfuerzos en alcanzarlos.

Una cultura de gestión centrada en los fines, más que en los medios, en la que se pretende alcanzar un equilibrio entre calidad, tiempo y coste.

5. IDENTIFICACIÓN DE LOS ACTORES

Los Actores Clave son aquellas personas cuya participación es indispensable y obligada para el logro del propósito, objetivos y metas de la estrategia en cuestión.

- Tienen el poder, la capacidad y los medios para decidir e influir en campos vitales que permitan o no el desarrollo de la estrategia.
- Forman parte de la sociedad asentada en el área de implantación de la estrategia y representan intereses legítimos del grupo.
- Tienen funciones y atribuciones en relación directa con los objetivos de la estrategia.
- Disponen de capacidades, habilidades, conocimiento, infraestructura y recurso para proponer, atender y solventar problemas científico - técnicos.
- Cuentan con mecanismos de financiamiento o donación de recursos.
- Tienen capacidad de gestión y negociación con los diversos actores y niveles gubernamentales que permiten construir consensos y acuerdos.

Un análisis de los actores es un instrumento vital para identificar a los grupos y organizaciones que tienen un significativo y legítimo interés en la construcción de una sociedad más justa y participativa.

Es un instrumento vital para identificar grupos y organizaciones con significado e interés en la construcción de una sociedad más justa e igualitaria

Hay varios pasos que se deben seguir para hacer un análisis de los actores:

Dibujar un "cuadro de actores"

Identificar y listar actores potenciales

Identificar sus intereses

Evaluar el impacto de la estrategia en los intereses

Indicar prioridad que la estrategia debe dar a cada actor en la satisfacción de sus intereses

Evaluar la importancia de cada actor en el éxito de la estrategia y su influencia

Identificar riesgos que afectarán el diseño y el éxito de la estrategia

6. ANÁLISIS DE LA REALIDAD

LA REALIDAD cambia constantemente como consecuencia de la interacción de las personas y los colectivos, de un conjunto de factores (sociales, culturales, políticos, económicos, etc.). Por eso no cabe plantearse el conocimiento y análisis de la realidad como un “momento previo” a la acción o como una “foto-fija”, que se hace una vez y permanece inalterable en el tiempo. El análisis debe ser permanente, continuo, debe acompañar –en todas sus fases- a la acción, aunque se refuerce y precise en determinados momentos (al inicio de un proceso concreto, en la evaluación final de una estrategia, etc.). El análisis de la realidad no es un “antes” sino un “durante”.

Necesitamos conocer y analizar la realidad, y hemos de hacerlo con los medios que en cada caso y situación tengamos. La ausencia de recursos no puede ser excusa. El análisis debe ser serio, sistemático, coherente, con herramientas adecuadas, lo que no significa elaborar buenos documentos sino construir conocimientos necesarios y útiles para la acción.

El CONOCIMIENTO y análisis de la realidad interesa, fundamentalmente, a las personas que lo necesitan para orientar y mejorar su práctica, su intervención social. Ellas son las que deben participar y protagonizar el análisis. Cuando el análisis de la realidad es colectivo, en grupo, es más rico y efectivo.

LO PRIMERO que debemos tener claro es ¿qué queremos saber? ¿cuál es el alcance de nuestro análisis? LA REALIDAD cercana está llena de fuentes informativas, de informadores/as, de informaciones y datos disponibles con los cuales podemos construir el análisis de la realidad. Cuantitativos, cualitativos, orales, escritos, etc.

No analizamos la realidad para afirmar nuestra percepción de las cosas, para confirmar nuestras hipótesis previas sino para construir una nueva visión más completa y compleja, que nos permita desenvolvernó mejor en esa realidad. Una escucha activa supone una actitud de interés, atención, respeto hacia las opiniones e información que recibimos, supone una disposición y una voluntad de entender el sentido de lo que otros y otras nos comunican.

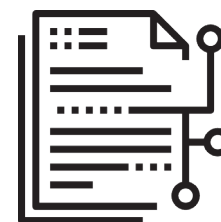
Tras las preguntas y la escucha, nos toca procesar y analizar la información:



Seleccionar la información significativa



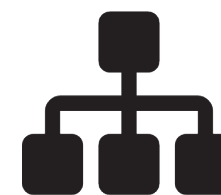
Ordenar, clasificar los datos e informaciones



Relacionarlos entre sí



Interpretarlos, cuestionarlos y sacar conclusiones



Elaborar o completar nuestro Mapa de Realidad

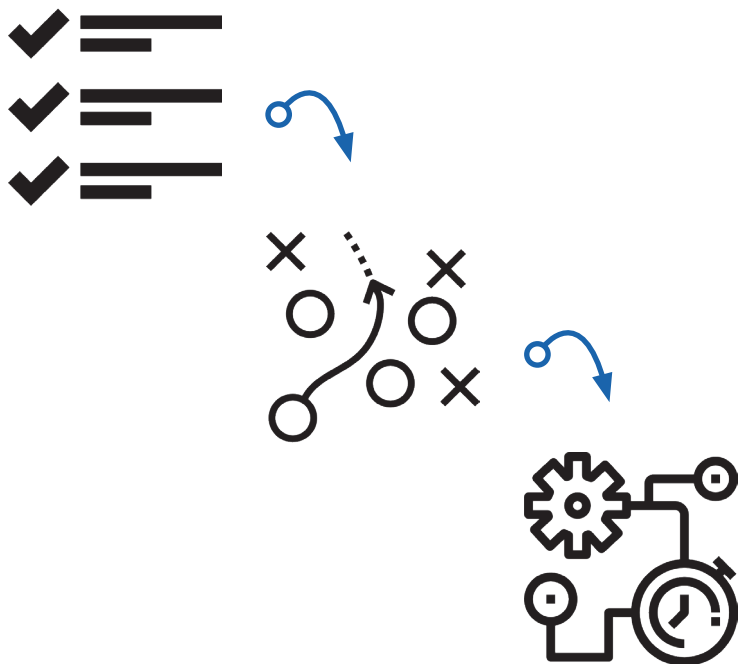
7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Planificar es dibujar futuro y elegir el camino y las herramientas para hacerlo realidad.

La planificación es necesaria para evitar la pérdida de esfuerzos, tiempos y oportunidades. Ayuda a reducir la incertidumbre y los riesgos. Y por encima de todo, obliga a reflexionar sobre los escenarios deseados a medio y largo plazo, y sobre las necesidades y oportunidades que constituyen el punto de partida.

Planificar implica el establecimiento de prioridades, límites, ritmos y condiciones para la gestión local en clave de buena gobernanza.

Planificar requiere:



Efectuar el análisis de partida

Definir objetivos

Establecer hipótesis

Selecciones ejes y líneas de actuación

Elaborar la arquitectura

Diseñar programas y/o medidas para la acción

Plan de tiempos y recursos

Ejecutar

Supervisar

Comunicar

8. PACTO LOCAL

El ámbito local, por su proximidad a la vida de la ciudadanía, es un marco idóneo para la promoción y gestión de recursos y servicios para la participación. Facilitar la participación desde el ámbito local supone:

- Contar con la implicación y participación de la ciudadanía en todas las fases del proceso, entendiendo la base y el origen en los intereses ciudadanos.
- Implicar a las administraciones locales y a la sociedad civil en el desarrollo de nuevas formas de trabajar, lo que conlleva un proceso de formación y sensibilización.
- Promover un proceso ciudadano de debate y de cuestionamiento de actitudes y posicionamientos conducente a una participación flexible que enfrente diversas realidades a través de planes integrales que partan del consenso y el diálogo.
- El Pacto Local de Gobierno Abierto y Procesos Participativos será la herramienta a través de la cual generar un compromiso compartido.
 - Responderá a la necesidad de que, en materia de participación, se experimenten recursos e instrumentos que fomenten la inclusión de toda la población, haciendo visible los procesos y adaptándolos para que sean accesibles, así como la co-gestión, haciendo un llamado a la responsabilidad ciudadana sobre la participación tanto como derecho como deber.
- Define y organiza el marco para ir avanzando en la consecución de dichos objetivos, y proyecta hacia la ciudadanía el contenido de los mismos dentro de un marco de estabilidad y compromiso activo, transparente y participativo.

- Expresa la concertación entre administraciones y actores económicos y sociales del territorio, y constituye un valor añadido que favorece la adecuación y la eficacia de las medidas de participación adoptadas, directamente vinculadas a las características específicas de dicho territorio.

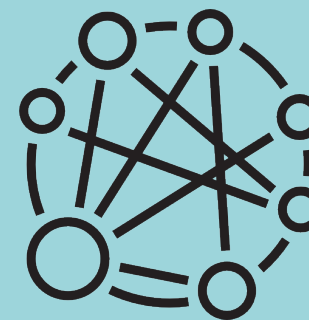
Contribuye al desarrollo de la ciudadanía activa

9. COORDINACIÓN

En conexión directa con los criterios de eficiencia y calidad, la coordinación se configura como una herramienta imprescindible. Nuestra organización territorial y administrativa determina la confluencia de diferentes organismos en una tarea común: la gobernanza local. La intercomunicación entre todas las áreas municipales y una metodología y objetivos compartidos, facilita una planificación estable y estructural que será perdurable en el tiempo, yendo más allá de los cambios de gobierno.

Para evitar el solapamiento de esfuerzos es necesario generar canales de información y coordinación ágiles que permitan remar en la misma dirección.

En paralelo será también beneficioso fortalecer la Cohesión Territorial generando sinergias entre territorios con un denominador común; la articulación de recursos y el diseño de procesos compartidos, lo que, sin duda, hará posible obtener beneficios mutuos.



Para evitar el solapamiento de esfuerzos es necesario generar canales de información y coordinación que permitan remar en la misma dirección

10. EVALUACIÓN

Es la base para la retroalimentación y permite aprender de la experiencia

La función más importante de la evaluación es proporcionar información acerca del desempeño de las políticas públicas y sobre el grado de cumplimiento de los objetivos.

Este ejercicio de análisis es la base para la retroalimentación y permite aprender de la experiencia. El ejercicio de la evaluación continuada resulta de gran aguda para la adaptación de las metas y la mejora funcional, lo que repercute directamente en la modernización y racionalización de la gestión pública.

Desde el punto de vista práctico la evaluación proporciona las claves para un reposicionamiento inteligente de las estrategias, orientando los esfuerzos hacia los segmentos más interesantes de la demanda, potenciando las fortalezas demostradas y aprovechando las nuevas oportunidades.

Resulta de vital importancia incluir la participación y la transparencia también al proceso de evaluación, realizando un ejercicio de autocrítica y de aceptación, viéndolo como una oportunidad de crecimiento y comunicación con la ciudadanía.

11. MARKETING Y COMUNICACIÓN SOCIAL

La comunicación es de las políticas inherentes a cualquier actividad que se realice por parte de una institución, ya que toda entidad constituida por humanos va a necesitar relacionarse, transmitir, interna y externamente, sus opiniones, reivindicaciones, necesidades o logros. Suele indicarse que “*lo que no se comunica no existe*”.

El marketing es “*un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos y personas obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo, intercambiando productos tangibles e intangibles con valor para otros*”. En consecuencia, a través de marketing tratamos de satisfacer las necesidades del público objetivo de un determinado espacio; por lo que el marketing puede sentir de utilidad en múltiples campos.

Esta imperiosa necesidad de comunicar, de transmitir al exterior y al interior de la institución, debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno que pudieran influir en el proceso.

La planificación de la comunicación es un proceso sistemático que no puede dejarse al azar ni a la intuición o imaginación de una persona, no experta en la materia, por muy alta que esté en el escalafón de la estructura organizativa. Tiene que establecer, detalladamente, una Estrategia de Comunicación y una metodología comunicativa.

Realizar una correcta planificación de la comunicación implica un proceso analítico y metódico del que se deducirá una elección racional de los objetivos a alcanzar y una selección de alternativas de actuación que podrán seguirse para lograrlos. Debe considerarse, siempre, un horizonte temporal puesto que se realiza para operar en un futuro, más o menos, inmediato.

