**Fase 1. Crear consenso**

**Paso 1. Comprender el contexto**

|  |
| --- |
| **1.1 Evaluar el contexto que rodea su problema** |
| **Utilice la evidencia y/o los datos y conocimientos para saber cómo enfocar su advocacy.** Utilice la siguiente tabla para detallar y considerar todo lo que sabe o puede aprender sobre su problema, desde las estadísticas oficiales hasta las opiniones de los expertos y los conocimientos de otros defensores.  |
| **Entorno** | **Evidencias** |
|  |  |
| **Actores** | **Política** |
|  |  |
| **1.2 Buscar oportunidades de advocacy** |
| **Identifique sus aperturas estratégicas.** ¿Qué oportunidades y obstáculos de advocacy ve en su contexto? ¿Cuáles de estas oportunidades —nuevo liderazgo, desarrollo de políticas, necesidades de la comunidad — le permitiría conseguir un resultado o victoria de advocacy *en los próximos seis a doce meses*? Sopese las oportunidades frente a los obstáculos.  |
|  |

**Paso 2. Decidir a quién hacer participar**

|  |
| --- |
| **2.1 Inventario de las principales partes interesadas**  |
| **¿A quién necesita en un grupo de trabajo de advocacy para alcanzar su oportunidad?** Haga una lluvia de ideas sobre las personas y organizaciones que pueden ser aliados potenciales. Añada su información de contacto al cuadro que aparece a continuación y marque la columna "Prioridad de inclusión" si el contacto es fundamental para su labor de advocacy.  |
| **Nombre del individuo** | **Organización y cargo** | **Teléfono**  | **Correo electrónico** | **Prioridad de inclusión**  | **Notas** |
|  |  |  |  |  |  |
|   |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**Paso 3. Establecer un objetivo SMART**

|  |
| --- |
| **3.1 Acordar un objetivo a largo plazo o general** |
| En el espacio siguiente, indique un objetivo general de advocacy concisa a largo plazo que le ayude a orientarse y concentrarse en su primer objetivo SMART.  |
|  |

|  |
| --- |
| **3.2 Crear un objetivo SMART** |
| Revisemos su contexto. **¿Cuál es el primer paso para alcanzar su objetivo general?** ¿Qué se puede conseguir en un plazo de seis a doce meses?  |
|  |
| **3.3 Evaluar qué tan "SMART" es su objetivo**  |  |
| **¿Es el objetivo SMART? Para averiguarlo, responda estas preguntas:**  | **Compruebe si****“Sí”**  |
| **Specific (específico)***¿El objetivo establece claramente el resultado deseado, incluyendo el nombre y el cargo del tomador de decisiones y la acción o decisión que se busca?* |  |
| **Measurable (medible)***¿Existen indicadores cuantitativos o cualitativos específicos que puedan medir o verificar si su objetivo de advocacy se cumple, y en qué medida?*  |  |
| **Attainable (alcanzable u obtenible)***¿Es factible el objetivo en el plazo determinado, teniendo en cuenta el panorama actual y los recursos disponibles?* |  |
| **Relevant (relevante)***Basándose en las pruebas disponibles, ¿contribuirá el objetivo al objetivo general del esfuerzo de advocacy?* |  |
| **Time-bound (con límite de tiempo)***¿Establece el objetivo explícitamente una fecha prevista para el logro del objetivo de advocacy?* |  |

**Fase 2. Concentrar esfuerzos**

**Paso 4. Conocer al tomador de decisiones**

|  |
| --- |
| **4.1 Confirmar el tomador de decisiones** |
| Revise cómo se toman las decisiones sobre su asunto. ¿Quién propone las acciones y quién tiene la autoridad final para actuar y realizar el cambio que ha identificado en su objetivo SMART? ¿Tiene usted las conexiones y el acceso para centrarse inmediatamente en el nivel más alto de los tomadores de decisiones, o hay un punto de entrada más accesible o apropiado? ¿Necesita más de un responsable de la toma de decisiones para lograr su objetivo? **Escriba el nombre y el cargo del tomador de decisiones.** Si tiene más de un tomador de decisiones, decida a cuál de ellos se dirigirá primero y por qué.  |
|  |
| **4.2 Conozca al tomador de decisiones** |
| Escriba lo que sabe sobre el tomador de decisiones. Recurra a los informantes clave para conseguir la información que le falta. Es posible que su grupo no conozca todas las respuestas a las siguientes preguntas. Anote los elementos que pueden requerir más investigación. |
| **¿Qué sabe del tomador de decisiones?** |
| ¿Cuál es su formación/profesión?  |  |
| ¿Cuál es su nivel de autoridad en su organización? |  |
| ¿Ha realizado alguna acción que sugiera que podrían dar curso a su solicitud? |  |
| ¿Ha hecho alguna declaración a favor o en contra del objetivo o el tema que usted aborda? Enumere las declaraciones pertinentes. |  |
| ¿Está dispuesto y tiene la capacidad de actuar sobre problemas que le interesan?  |  |
| ¿Quién es parte de su círculo social/político? ¿La opinión de quiénes le interesa más? |  |
| **¿Qué valora el tomador de decisiones?** |
|  | **Marque si es así** | **Pruebas de su postura** |
| **Desarrollo socioeconómico**¿Su tomador de decisiones se guía por el avance de la economía del país o por el desarrollo social? |  |  |
| **Relación costo-eficacia**¿Se sabe si el tomador de decisiones se preocupa por el presupuesto? |  |  |
| **Jóvenes**¿Los jóvenes ocupan un lugar central en su agenda de decisiones? |  |  |
| **Salud**¿Le preocupa a su tomador de decisiones la salud pública?  |  |  |
| **Derechos humanos o creencias religiosas**¿Ha utilizado su tomador de decisiones argumentos basados en los derechos humanos o en la fe para justificar sus acciones o su posición?  |  |  |
| **Promoción profesional**¿Podría la acción política sobre su problema ayudar a mejorar la carrera o la reputación del tomador de decisiones? |  |  |
| **Otros**¿Existen declaraciones públicas, acciones políticas o información extraoficial que expliquen los valores del tomador de decisiones? |  |  |
| **¿Cuál es el valor principal de su tomador de decisiones?**  |
| De todos los valores que ha evaluado para tu tomador de decisiones, ¿qué valor parece ser su fuerza impulsora principal? Seleccione su valor "principal" e introdúzcalo a continuación. |
|  |
| **¿Cómo beneficiará al tomador de decisiones decir que sí a su solicitud?**  |
| Su argumento debe centrarse en lo positivo y transmitir que el liderazgo del tomador de decisiones puede marcar la diferencia. |
|  |

**Paso 5. Determinar la solicitud**

|  |
| --- |
| **5.1 Formas de argumentar el caso: las tres E** |
| Las personas deciden pasar a la acción por diversos motivos y, por lo tanto, responden a diferentes tipos de argumentos: evidencias basadas en datos, emocionales y éticos. **Escriba argumentos evidencias basadas en datos, emocionales y éticos que apoyen su caso.** |
| **Evidencias basadas en datos** ¿Qué hechos apoyan su objetivo? | **Emocionales** ¿Cómo puede humanizar la necesidad de la acción que busca? | **Éticos** ¿Qué argumentos religiosos, culturales o éticos apoyan su objetivo? |
|  |  |  |
| **5.2 El cuadro de mensajes de cinco puntos**  |
| **El cuadro de mensaje de cinco puntos reúne todo el trabajo de base que ha realizado en los pasos 3 a 5 y sintetiza la información para llegar a su solicitud.** Complete las siguientes preguntas para desarrollar su mensaje de advocacy a medida. |
| 1. Identificar al tomador de decisiones
 | Referirse al tomador de decisiones por su nombre, y no solo por su cargo, ayuda a adaptar mejor el mensaje. Consulte su respuesta del punto 4.1. Escríbalo en la casilla de la derecha.  | (Nombre y cargo) |
| 1. Identificar el valor principal del tomador de decisiones
 | ¿Qué les importa? Copie el valor principal de su tomador de decisiones del punto 4.2. | Valor principal: |
| 1. Anticipar objeciones y preparar respuestas
 | Revise los argumentos evidencias racionales, emocionales y éticos que identificó en el apartado 5.1 y prevea las posibles objeciones del tomador de decisiones. Con las objeciones en la mano, escriba las posibles respuestas. Proporcione solo la información más relevante para los valores del tomador de decisiones y los retos a los que se enfrenta.  | Objeción: |
| Respuesta: |
| 1. Articular su solicitud SMART
 | La solicitud SMART es una reiteración de su objetivo SMART, pero enmarcada como una solicitud para el tomador de decisiones. En el recuadro de la derecha, escriba su solicitud SMART y luego compárela con los criterios SMART que aparecen a continuación.  |  |
|  | Marque con una cruz cada uno de los criterios que cumple la solicitud. |
|  | * Specific (específico)
 |
|  | * Measurable (medible)
 |
|  | * Attainable (alcanzable u obtenible)
 |
|  | * Relevant (relevante)
 |
|  | * Time-bound (con límite de tiempo)
 |
| 1. Responder a la pregunta: "¿Con qué fin?"
 | ¿Cuáles son los beneficios que coinciden con el valor principal del tomador de decisiones? Dígale al tomador de decisiones por qué el hecho de actuar a favor de su solicitud le beneficia y refuerza sus valores, tal y como se ha identificado en el apartado 4.2.  |  |

|  |
| --- |
| **5.3. Seleccionar un mensajero** |
| Enumere la(s) persona(s) que tiene(n) más probabilidades de influir en el tomador de decisiones para que actúe y dé prioridad a una o dos a las que tenga acceso o que sean más influyentes sobre el tomador de decisiones. En la columna de notas, añada la información pertinente (por ejemplo, su relación con el tomador de decisiones o a quién tratará de llegar si no es miembro de su grupo de trabajo de advocacy). |
| **Nombre** | **Cargo** | **Teléfono/Correo electrónico** |  **Notas**  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **5.4 Practicar su solicitud de advocacy** |
| **Haga un juego de rol de una reunión con el tomador de decisiones. Divídanse en parejas y elijan a una persona para que actúe el papel del tomador de decisiones y a la otra para que haga de mensajera.** Utilice los argumentos del cuadro de mensajes de cinco puntos para persuadir al tomador de decisiones de que actúe. El tomador de decisiones debe utilizar los valores del paso 4 para responder a los argumentos, hacer preguntas y plantear objeciones. Tome nota de lo que ha funcionado y lo que no ha funcionado en el juego de rol.  |
| **Notas del juego de rol** |
|  |

**Paso 6. Crear un plan de trabajo**

|  |
| --- |
| **6.1 Esquematizar un mapa de sus recursos**  |
| **¿Qué recursos necesitará para apoyar su esfuerzo de advocacy? ¿Qué fondos, personal, habilidades, etc. pueden aportar su organización o los miembros del grupo de trabajo y sus organizaciones?** **¿Tiene usted el tiempo, la influencia y el acceso necesarios?** La revisión interna también incluye los desafíos que puede afrontar si no tiene influencia suficiente, financiación o tiempo para dedicar a llevar a cabo la estrategia de advocacy. En el siguiente formulario, indique "sí" o "no" para responder cada pregunta y describa el recurso en la siguiente columna de la derecha. Si su respuesta es "no", piense en la forma en que su grupo de trabajo de advocacy obtendrá el recurso.  |
| ¿Con qué recursos cuenta su grupo de trabajo de advocacy? (individuos, organizaciones o colectivamente) | Sí/No  | Describa aquí  | Si no es así, ¿cómo lo va a conseguir?  |
| * ¿Tiene los recursos financieros?
* ¿Tiene el tiempo?
* ¿Dispone de datos que respalden su solicitud?
* ¿Dispone de los recursos humanos necesarios para aplicar su estrategia de advocacy?
* ¿Tiene acceso a los tomadores de decisiones y a quienes influyen en ellos?
 |  |  |  |

|  |
| --- |
| **6.2 Crear un plan de trabajo SMART** |
| **Cree una línea de tiempo detallada con asignaciones y fechas límites para actividades específicas.** Asigne un individuo u organización para que coordine la estrategia y verifique que se implementen todas las actividades del plan de trabajo**.** Estime los costos de cada actividad. A continuación, enumere quién es el responsable de llevar a cabo la actividad. Establezca plazos para seguir su progreso.  |
| **Coordinador de la estrategia:** |
| **Actividad**  | **Costo estimado** | **Personas responsables y su afiliación** | **Línea de tiempo** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Fase 3. Lograr cambio**

**Paso 7. Presentar el caso**

**Paso 8. Monitoreo del plan**

|  |
| --- |
| **8.1. Productos.** Remítase a las actividades enumeradas en su plan de trabajo SMART. Seleccione las tres actividades más importantes que debe monitorear. ¿Qué producto(s) generará como resultado de las actividades realizadas? ¿Qué fuentes, herramientas o medios utilizará para medir o verificar sus productos? |
| **Objetivo:**  |
| **Actividad** | **Producto** | **Fuente de datos o medios de verificación** |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| **8.2. Resultados.** Seleccione al menos dos resultados que espera observar si/cuando se logre el objetivo SMART. Comience con el resultado directamente asociado a su objetivo SMART; luego, considere los resultados posteriores que pueden seguir como consecuencia del resultado o victoria de advocacy. ¿Qué fuentes, herramientas o medios utilizaría para medir o verificar sus resultados? |
| **Objetivo:**  |
| **Resultado previsto** | **Indicador(es) de resultados** | **Fuente de datos o medios de verificación** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| **8.3 IMPACTO.** Para traducir su objetivo en declaraciones de impacto anticipado, describa las realidades más relevantes que serían medibles y observables si se logra el objetivo. A medida que se logran múltiples resultados o victorias de advocacy, ¿qué indicadores demuestran el impacto? ¿Qué fuentes, herramientas u otros medios nuevos o existentes utilizará para medir, verificar o ilustrar su impacto? |
| **Impacto previsto (declaración de objetivos generales o metas)** | **Indicador(es) de impacto** | **Fuente de datos o medios de verificación** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Paso 9. Capturar los resultados**

**Cuente su historia**

|  |
| --- |
| **9.1 Esbozar su historia** |
| Utilice la hoja de trabajo que se presenta a continuación para presentar las líneas principales de la historia de la advocacy.  |
| **Público clave**  |
| ¿A quién quiere llegar con su historia (por ejemplo, a los donantes, a los miembros del grupo de trabajo de advocacy, a los responsables políticos, a otras organizaciones) y por qué? |
|  |
| **Formato**  |
| ¿Cuál es la mejor manera de contar su historia (por ejemplo, un estudio de caso, un blog, un vídeo, un artículo de prensa)? |
|  |
| **Plan de difusión** |
| ¿Cómo piensa compartir su historia con las audiencias clave (por ejemplo, presentación, sitio web, correo electrónico, podcast, redes sociales)? |
|  |
| **Título** |
| En 10 palabras o menos, **resuma el resultado de la advocacy** y por qué es importante. Hágalo lo más específico y medible posible.  |
|  |
| **Resumen y mensaje clave**  |
| **¿Cuál es el cambio significativo que usted reporta?** El resumen debe tener uno o dos párrafos y ampliar la información del titular. Debe ser sencillo, directo y responder las preguntas básicas: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Quién tomó qué decisión en qué fecha y en qué jurisdicción? Incluya detalles sobre la población potencial o realmente afectada por el cambio (si está disponible). |
|  |
| **Contexto** |
| **¿Qué contexto es necesario para comprender la importancia del resultado o victoria de advocacy?** ¿Cuál era la situación antes del resultado o la victoria de advocacy? Proporcione los datos de referencia pertinentes, si están disponibles. Proporcione también datos comparativos o información de antecedentes, según proceda, para ayudar a contextualizar los datos y la historia que se presenta.  |
|  |
| **Estrategia y reconocimiento** |
| **Explique brevemente los aspectos clave de su estrategia de advocacy.** ¿Qué hizo su grupo de trabajo para lograr el resultado o la victoria de advocacy? ¿Cuál fue el papel de su organización (si lo hubo)? ¿Cómo fue aplicado el enfoque de advocacy SMART? ¿Cuál fue el papel de otros socios y responsables políticos? Incluya los nombres de todos los socios y responsables políticos pertinentes que deben recibir crédito. |
|  |
| **Implicaciones y próximos pasos** |
| **¿Cómo afectará esto a sus actividades futuras o a su capacidad de alcanzar su objetivo?** ¿Qué se espera que ocurra después? ¿Hay algún paso siguiente inmediato para garantizar el seguimiento o la aplicación del resultado o victoria de advocacy? (por ejemplo, si las parteras están ahora autorizadas a prestar servicios de planificación familiar posparto, ¿habrá que cambiar su programa de formación? ¿Se necesitan fondos para formarlas?) |
|  |
| **Citas, fotos y gráficos** [opcional] |
| **Las citas pueden ser un complemento dinámico de un resumen de noticias**. Pueden aportar información sobre el impacto (respondiendo a la pregunta "¿Por qué debería importarnos?") o dar color al contenido. Entre los ejemplos de personas que podrían ser citadas se encuentra un líder local o un representante del Gobierno. Asegúrese de que la cita sea aprobada por la persona a la que se atribuye. Las fotos pueden atraer al lector y ampliar el reconocimiento del responsable o del tema que se trata. No utilice fotos de ciudadanos privados sin su permiso. Los gráficos pueden facilitar la comprensión de los resultados y el impacto potencial y deben presentar sólo un punto clave. |
|  |

|  |
| --- |
| **Plantilla de seguimiento del progreso** |
| **Objetivo de advocacy SMART:**  | **Progreso del objetivo** Marque con una "X" el estado del objetivo que aparece a continuación**\_\_\_Continuo** Fecha de inicio de la actividad de advocacy: \_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_Logrado** Fecha en que se logró el resultado o victoria de advocacy: \_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_Cambiado** |
| **Actividades clave**Inserte las actividades clave de su plan de trabajo.  | **Productos**¿Qué producto(s) generará como resultado de las actividades realizadas? | **Fuente de datos o medios de verificación**¿Qué fuentes, herramientas u otros medios utilizará para medir o verificar sus resultados? |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Resultados**Comience con el resultado directamente asociado a su objetivo SMART. Luego, considere los resultados posteriores que pueden seguir como consecuencia del resultado o victoria de advocacy. | **Fuente de datos o medios de verificación**¿Qué fuentes, herramientas u otros medios utilizaría para medir o verificar sus resultados? |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
| **Reflexiones**Reflexione periódicamente sobre lo que ha experimentado y aprendido durante el proceso de advocacy. Describa las oportunidades y los retos esperados o inesperados. Utilice sus reflexiones para confirmar que va avanzando por buen camino o que necesita reevaluar o perfeccionar su estrategia de advocacy. |
| **Oportunidades** |
| **Desafíos** |