

# ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO PARA INICIATIVAS DE INCIDENCIA EN ELECCIONES

## CONTEXTO

Organizaciones de todo el mundo han diseñado e implementado estrategias de incidencia en los distintos niveles y fases del ciclo electoral, entre las cuales se pueden reconocer, entre otras: 1. Promoción y organización de debates entre los candidatos, 2. Incidencia en el debate electoral a partir de investigación que eleve la calidad de los debates, 3. Campañas de promoción para la participación de la sociedad civil en el proceso electoral y campañas de educación cívica, 4. Generación de políticas públicas desde la ciudadanía, 5. Promoción del voto informado, 6. Evaluación de las propuestas de candidatos, 7. Seguimiento y evaluación al cumplimiento de las promesas de campaña de la administración electa.

En la mayoría de los casos se constata que los esfuerzos de incidencia han sido llevados adelante mediante alianzas con diversos actores de la comunidad política nacional e internacional, demandando la implementación de diversos esquemas de financiamiento para cumplir con los objetivos que se han propuesto.

## OBJETIVOS DE LA HERRAMIENTA

El presente documento introduce una diversidad de esquemas que organizaciones de todo el mundo han utilizado para financiar sus iniciativas de incidencia en el proceso electoral<sup>1</sup>.

## ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO

Las iniciativas documentadas por el proyecto *Plataformas electorales: fortaleciendo las capacidades para incidir en el ciclo electoral* han diseñado e implementado diversos esquemas de financiamiento. En algunas ocasiones, estos esquemas se combinan en una misma iniciativa para diversificar o incrementar el apoyo de diversas fuentes. A continuación, se presentan algunos de los esquemas más recurrentes y se presentan ejemplos que dan cuenta de cómo se han aplicado en las distintas prácticas documentadas.

1. Estos esquemas no pretenden ser exhaustivos. Los mismos han sido identificados en las buenas prácticas de incidencia en procesos electorales documentadas por On Think Tanks y Grupo FARO, con el apoyo de diversos autores y organizaciones. Disponibles en [www.ilaipp.org/portfolio/plataformas-electorales](http://www.ilaipp.org/portfolio/plataformas-electorales)

1. **Fondos institucionales.** Son fondos que provienen de las instituciones. En este caso, se identifican al menos dos maneras en que las organizaciones hacen uso de sus recursos:
  - **Fondos liberados** con los que cuentan para llevar adelante proyectos estratégicos, provenientes de financiamiento institucional, provistos por distintos donantes o de sus reservas. Estos fondos pueden destinarse al proyecto en su conjunto o alguno de sus componentes (como la producción de documentos de política u organización de debates, entre otros).
  - **Donación del tiempo de su personal** para llevar adelante distintos componentes de la iniciativa. Por ejemplo, los equipos de investigación producen documentos de política en temas en los cuales ya se encuentran trabajando como parte de otros proyectos.

### Experiencias

*Guatemala camina: pasos firmes para cambiar* (Asociación de Investigación y Estudios Sociales, Guatemala, 2015). La iniciativa contó con apoyo de la Think Tank Initiative del International Initiative Research Centre y de la Fundación Konrad Adenauer, que en conjunto brindaron el grueso del apoyo institucional a ASIES. A su vez, estas instituciones apoyaron respectivamente, una publicación que documenta el proceso y su difusión. La participación del personal de ASIES como moderadores de los debates en medios televisivos fue donada por la organización.

*Proyecto para posicionar el debate agrícola y rural en las elecciones presidenciales* (Initiative prospective agricole et rurale, Senegal, 2012). La iniciativa fue apoyada con fondos liberados, proporcionados por el International Development Research Center (IDRC) a través de la Iniciativa Think Tank. IPAR también contribuyó con algunos fondos propios y el tiempo de sus recursos humanos.

*¿Qué prometen?* (iniciativa civil liderada por el Budapest Institute of Policy Analysis, Hungría, 2010). Sin fondos específicos, la iniciativa fue creada y liderada por un grupo de 12 economistas, analistas financieros y abogados, provenientes del sector privado y centros de pensamiento.

*Verificación de datos en el referéndum constitucional* (Pagella Politica, Italia, 2016). La iniciativa se realizó como parte de las actividades habituales del proyecto de Pagella Politica, sin un esfuerzo particular de financiamiento.

2. **Donaciones a la institución o contratos.** Al igual que otros proyectos, las organizaciones recurren al apoyo de donantes internacionales y nacionales para llevar adelante iniciativas de incidencia en elecciones. Entre los donantes nacionales, se destaca el sector privado con perfil emprendedor e interesado en promover el debate público. Este apoyo puede destinarse a la iniciativa en su conjunto o algún componente específico. Las estrategias para obtener este apoyo son similares a la que las organizaciones utilizan para otros proyectos, yendo desde la organización de presentaciones a donantes para dar a conocer el diseño de la iniciativa a reuniones bilaterales o el desarrollo de propuestas para convocatorias a proyectos.

### Experiencias

*Paraguay debate* (consorcio de centros de pensamiento y organizaciones de la sociedad civil, Paraguay, 2013). La iniciativa se llevó adelante con apoyo de la Iniciativa Think Tank del International Development Research Centre. A su vez, las organizaciones miembros también aportaban a la iniciativa donando el tiempo de sus recursos humanos. En una segunda etapa, la iniciativa recibió apoyo de la Unión Europea para llevar adelante algunos proyectos específicos.

*Programa de Asistencia Electoral en Kenia* (Institute of Economic Affairs, Kenya, 2017). El programa fue enteramente apoyado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en el marco de su Programa de Asistencia Electoral en Kenia (KEAP).

3. **Canasta de donantes.** Las organizaciones pueden recurrir a un abanico de actores tanto internacionales como nacionales los cuales apoyan distintos componentes o actividades de la iniciativa. Por ejemplo, una organización internacional puede financiar la producción de documentos, mientras que distintos donantes del sector privado nacional pueden apoyar los esfuerzos de organización de un debate entre candidatos. A su vez, en tanto los procesos electorales son fértiles para promover una discusión en torno a una serie amplia de temas, algunos donantes deciden apoyar la producción de documentos sobre un área específica. Así, un donante puede aportar fondos para la producción un documento que aborda el cambio climático, mientras otro lo hace para un documento sobre transporte o salud.

Este esquema de financiamiento resulta estratégico para este tipo de iniciativas que son políticamente sensibles, ya que contar con apoyos de diversos tipos de actores (con diversas posturas frente a distintos temas de política pública) contribuye a la legitimidad de los esfuerzos de incidencia frente a potenciales acusaciones de cooptación política o canalización de intereses de terceros.

### **Experiencias**

*Elecciones Perú:* centrando el debate electoral (Consejo de Investigación Económica y Social). Se conformó una “canasta de fondos” en las que se reunió apoyo de unos 20 donantes, entre ellos el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco de Desarrollo de América Latina, el Banco Mundial, World Wildlife Fund, Food and Agriculture Organization de Naciones Unidas, la cooperación canadiense, la cooperación alemana, la cooperación belga y la cooperación británica. El apoyo de los distintos donantes a la iniciativa puede categorizarse de la siguiente manera:

- 1) financiamiento a la producción de documentos de política en ciertos temas de interés del donante (como FAO en seguridad alimentaria y agricultura familiar, WWF en conservación de bosques y deforestación, o la agencia de cooperación internacional del Reino Unido en ciencia, tecnología e innovación);
- 2) financiamiento directo al proyecto para llevar adelante las distintas actividades (por ejemplo, la WWF apoyó la disseminación de las propuestas vinculadas a ambiente y recursos naturales);
- 3) sinergias que se transformaban en donaciones en especie (como el Banco Mundial, que preparó el documento sobre productividad, competitividad y diversificación productiva).

*Pensando el Perú 2016:* Diálogo y política (Instituto de Estudios Peruanos, Perú, 2016). El proyecto fue apoyado por distintos donantes, de los cuales algunos financiaron el trabajo en temas específicos, como la Organización Internacional del Trabajo en el área de empleo o la Comisión Andina de Fomento en el área de transporte, mientras otros contribuyeron con fondos para todo el proyecto, como fue el caso de la Fundación FORD y el Instituto Internacional para la Democracia y Asistencia Electoral.

4. **Rondas de desarrollo de fondos.** Los procesos electorales son cambiantes y las iniciativas promovidas por las organizaciones pueden experimentar distintos ciclos de evolución. Por ejemplo, es posible que al inicio de la iniciativa se cuente con el financiamiento necesario para desarrollar algunos componentes (por ejemplo, la producción de documentos), y que en la medida en que varios actores de la comunidad política y los candidatos expresan un acuerdo en torno a la necesidad de debatir,

sea necesario reunir nuevos fondos para apoyar la producción de un debate. En estos casos, algunas organizaciones realizan nuevas rondas de desarrollo de fondos, acercándose a los donantes iniciales del proyecto o a otros nuevos en busca de apoyo para llevar adelante las nuevas actividades.

### **Experiencias**

*Argentina debate* (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento, Argentina, 2015). El financiamiento principal provino de un grupo empresarios comprometidos con la calidad democrática en el país. El primer acercamiento de este grupo a la iniciativa fue en calidad de donantes, pero luego fueron adquiriendo un rol de mayor liderazgo y promoción de la iniciativa. Este apoyo se destinó a actividades de promoción y debate. A su vez, ante la evolución de la iniciativa, el mismo grupo de empresarios emprendió campañas adicionales de desarrollo de fondos para la organización de eventos internacionales y la producción y televisación del debate.

*¿Cómo votar?* (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, El Salvador, 2015). En un inicio, FUSADES asumió el compromiso de financiar el proyecto en su totalidad. Sin embargo, a lo largo de las actividades, algunos empresarios locales contribuyeron con donaciones. A su vez, otras organizaciones que participaron de la iniciativa donaron el tiempo de sus miembros.

*Hacia mejores elecciones locales en el Reino Unido* (Democracy Club, Reino Unido, 2016). La iniciativa se puso en marcha con subvenciones de Google.org, the Rowntree Trust y Bethnal Green Ventures. Posteriormente, Democracy Club recibió una subvención del gobierno de Gales a través de NUS Gales para apoyo adicional al proyecto en Gales. Finalmente, se ganó una subvención del Open Data Institute Showcase para ayudar con el trabajo de documentación de los resultados de las elecciones. Además, el proyecto fue respaldado por el trabajo de 2.000 voluntarios en todo el Reino Unido.

*Honduras debate* (Foro Social de Deuda Externa y Desarrollo de Honduras, Honduras, 2013). La propuesta fue apoyada desde el inicio por la Iniciativa Think Tank, sumando su respaldo posteriormente Dan Church Aid y Christian Aid.

5. **Alianzas institucionales.** En tanto las iniciativas de incidencia en elecciones suelen ser proyectos integrales que incluyen distintos componentes y actividades, también implican el establecimiento de alianzas con distintos actores. Entre las alianzas recurrentes se pueden destacar:
- Con organizaciones de la sociedad civil y think tanks: para la producción de documentos sobre temas que requieren cierta expertise; para apoyo logístico, organización de eventos, difusión y promoción de la iniciativa.
  - Con universidades e instituciones académicas: para la producción de documentos, estudios, análisis, indicadores de monitoreo; para la generación de espacios de debate y encuentros entre actores.
  - Con medios: para la producción y transmisión de debates entre candidatos; para la difusión y promoción de la iniciativa.
  - Con autoridades electorales: para la organización de debates entre candidatos.
  - Con compañías de redes sociales: para la producción de análisis sobre la conversación política en redes sociales; para la promoción y difusión de la iniciativa.
  - Además, muchas iniciativas han contado con el apoyo de voluntarios provenientes de diversos sectores quienes donaron su tiempo para algunas de las actividades llevadas adelante.

## Experiencias

*Chile Check* (Espacio Público, Chile, 2017). Cada una de las partes aportó al proyecto distintos recursos. Por ejemplo, los canales de televisión aportaron financiamiento para la capacitación del personal de Espacio Público en metodologías de verificación de datos, los honorarios del director ejecutivo del proyecto y editor web, el tiempo de siete periodistas para el equipo periodístico, o el estudio y costos asociados a la producción del programa. En tanto los centros de estudio aportaron el tiempo del director ejecutivo y una editora adjunta, a los expertos en las diversas áreas en las que se realizó la verificación de afirmaciones, el tiempo de los directores para participar del Directorio del proyecto y como panelistas en los programas de televisión.

*Ecuador Decide* (Grupo FARO, Ecuador, 2017). La iniciativa contó con apoyo de tres organizaciones destinadas a distintos componentes: la Iniciativa Think Tank del International Development Research Centre, la Unión Europea, y Counterpart International. A su vez, los distintos componentes y actividades se llevaron adelante en el marco de un consorcio plural de organizaciones estatales, internacionales, de la sociedad civil, del sector privado, de los medios y academia. Entre los aliados de la iniciativa se destacan el Consejo Nacional Electoral (en particular para la organización de debates entre candidatos y la promoción del voto informado), el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (para el análisis técnico de documentos de política pública), la Confederación Ecuatoriana de Organizaciones y Sociedad Civil (para acercarse a organizaciones sociales en territorio), Facebook (para la difusión de información vinculada a las elecciones y proveer información sobre conversaciones y menciones de candidatos en redes sociales), universidades (para la generación de indicadores e informes para el seguimiento a las propuestas de campaña), y medios (para la difusión de datos sobre los temas de conversación y menciones a los candidatos en redes sociales).

---

Plataformas Electorales: Fortaleciendo las capacidades para incidir en el ciclo electoral:

[www.ilaipp.org/portfolio/plataformas-electorales](http://www.ilaipp.org/portfolio/plataformas-electorales)

[www.onthinktanks.org/eleccionesherramientas](http://www.onthinktanks.org/eleccionesherramientas)

---

