



Esta publicación se realiza en el marco del Programa Jóvenes +D, implementado por el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD-Guatemala), Programa apoyado por el Gobierno de Suecia.

Edición del 06 de diciembre de 2023.

Elaborado por:
Grupo Cambios

Equipo NIMD-Guatemala
Claudia Maselli
Directora Ejecutiva

Julissa Cifuentes
Coordinadora de Programas

Daniel Tucux Coyoy
Oficial de Diálogo y Políticas Públicas

Mauricio Armas Zebadúa
Diseño y diagramación

Avenida Reforma 10-00 zona 9
Edificio Condominio Reforma Oficina 12B
Ciudad de Guatemala

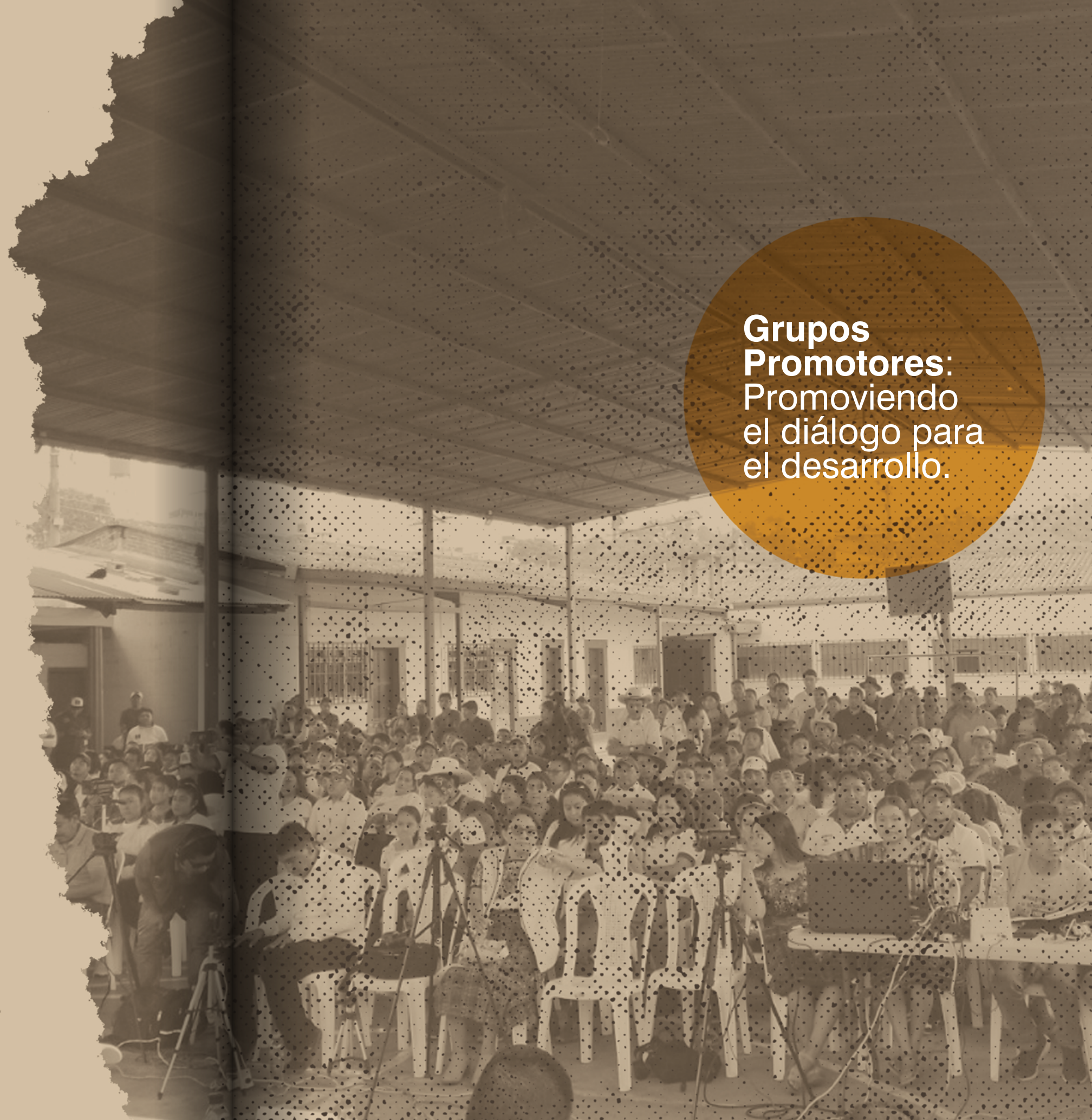
e-mail: nimdgua@nimd.org
T. (+502) 2361-4200 / 2334-7168

centralamerica.nimd.org

Consulta esta y otras publicaciones **AQUÍ:**



Grupos Promotores: Promoviendo el diálogo para el desarrollo.





Introducción.

La **Democracia empieza con diálogo**. Para promover acercamiento, diálogo y búsqueda de acuerdos para el desarrollo de los territorios y los habitantes que los ocupan, se necesita de ciudadanos y ciudadanas comprometidas que asuman el reto de plantear sus demandas ante las autoridades y, además, verificar que estas se cumplan. Los **Grupos Promotores** son esa figura trascendental para un proceso de diálogo entre actores sociales y actores políticos, entre ellos: mujeres, jóvenes y pueblos indígenas, personas con discapacidad y de la comunidad LGBTIQ+, entre otros; así como para construir la tan anhelada democracia inclusiva.

La experiencia de los diálogos realizados hasta ahora nos permite compartir información básica para conocer y replicar la experiencia que fortalezca la participación ciudadana en nuevos procesos, en los cuales los Grupos Promotores ya establecidos pueden ser una guía.

Contenido.

● Capítulo 1: Sobre el Grupo Promotor	04
1.1 ¿Qué es el Grupo Promotor?	04
1.2 Antecedentes	04
1.3 Objetivos	05
1.4 Conformación del Grupo Promotor y perfil de los integrantes	05
1.5 Grupos de Seguimiento	06
1.6 ¿Cómo sumarse a un Grupo Promotor?	06
● Capítulo 2: Incidencia del Grupo Promotor	07
2.1 ¿Qué es la incidencia?	07
2.2 La incidencia es un proceso	07
2.3 ¿Para qué hacer incidencia?	08
2.4 Principales herramientas de la incidencia	08
2.4.1 Agendas Ciudadanas	08
2.4.2 Plan de Incidencia	08
2.4.3 Mapeo de actores	09
2.5 Trabajando Juntos	09
● Capítulo 3: ¿Qué es la auditoría social?	10
3.1 ¿Cómo podemos hacer auditoría social?	10
3.2 Principales normas que respaldan la auditoría social	10
3.3 La auditoría social refuerza la participación ciudadana	12
● Capítulo 4: Comunicando los resultados	12
● Bibliografía	14

Capítulo 1

Sobre el Grupo Promotor

Aquí presentamos los siguientes apartados: ¿Qué es un grupo promotor y sus antecedentes?, ¿Cuáles son sus objetivos?, ¿Cuál es el perfil de sus integrantes?, ¿Cómo se convierte en grupo de seguimiento? y ¿Cómo se puede integrar al grupo?

1.1

¿Qué es el grupo promotor?

Un **Grupo Promotor** es la plataforma, consorcio o alianza integrada por las organizaciones sociales que representan a las diversas expresiones ciudadanas del municipio y/o departamento que se conforman para alcanzar un objetivo en común, buscando principalmente el desarrollo de su territorio. Puede conformarse a partir de colectivos existentes, o bien, constituir espacios nuevos.



1.2

Antecedentes

En la mayoría de los municipios/departamentos existen organizaciones que agrupan a ciudadanas/os alrededor de intereses comunes, como, por ejemplo, **COCODES**, organizaciones de jóvenes, de mujeres, de personas con discapacidad, campesinos, o sindicatos, cooperativas, grupos gestores, vendedores de los mercados, etc.; mismos que están atentos/as para colaborar en procesos que impulsen la mejora de la calidad de vida en su entorno.

En ese sentido, desde 2021, con el apoyo del **Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria**, se han implementado procesos de diálogo participativo y democrático, multisectorial e intergeneracional; con el propósito de discutir temas clave para la elaboración de agendas estratégicas y/o políticas, planes, programas y proyectos, respecto a la construcción de la democracia inclusiva, el respeto de los derechos humanos y el desarrollo sostenible.

Dado lo anterior, surgen como punta de lanza los Grupos Promotores, como espacios que reúnen a las diversas organizaciones, estén o no legalmente conformadas, para que además de promover y defender sus temas específicos, también se interesen, articulen e incidan en favor de la política pública o las agendas de desarrollo (denominadas agendas ciudadanas), orientadas al mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

1.3

Objetivos

Los objetivos de Grupo Promotor son:

- i Promover el diálogo democrático, multisectorial e intergeneracional que permita la discusión permanente de temas, demandas y desafíos comunes;
- ii Elaborar la agenda ciudadana, que incorporen las principales demandas y necesidades de los sectores que conforman los grupos,
- iii Desarrollar acciones de incidencia para influir en la realización de las medidas efectivas por parte de las autoridades públicas responsables en la atención, respuesta, mejora y/o solución de las agendas que se impulsan.

El **Grupo Promotor** promueve la construcción de la democracia inclusiva, el respeto de los derechos humanos y la promoción del desarrollo sostenible.



1.4

Conformación del Grupo Promotor y perfil de los integrantes

El **Grupo Promotor** se conforman por las/los ciudadanos que participan en las diversas organizaciones sociales del municipio, sean formales (estén legalmente inscritas), o informales. En el caso de la participación de niños, niñas, adolescentes y jóvenes, se promoverá el involucramiento de las organizaciones que impulsen acciones efectivas en favor de los derechos de estas poblaciones.

En la conformación de Grupo, se alentará la participación de los actores sociales que están representados en la política, en especial los siguientes:

- Mujeres
- Indígenas
- Personas con discapacidad
- Jóvenes
- Niñez

1.5 Grupos de Seguimiento

El **Grupo Promotor** pasa a constituir **Grupo de Seguimiento**, cuando elaboren e inicien la implementación del plan de incidencia para alcanzar los resultados por los cuales se conformaron.

En esa fase, las expresiones ciudadanas organizadas pasan a ser actores que interactúan con los actores políticos para que, de acuerdo con sus planes y otros instrumentos (planes municipales de desarrollo, por ejemplo), se comprometen en la implementación de la agenda ciudadana.

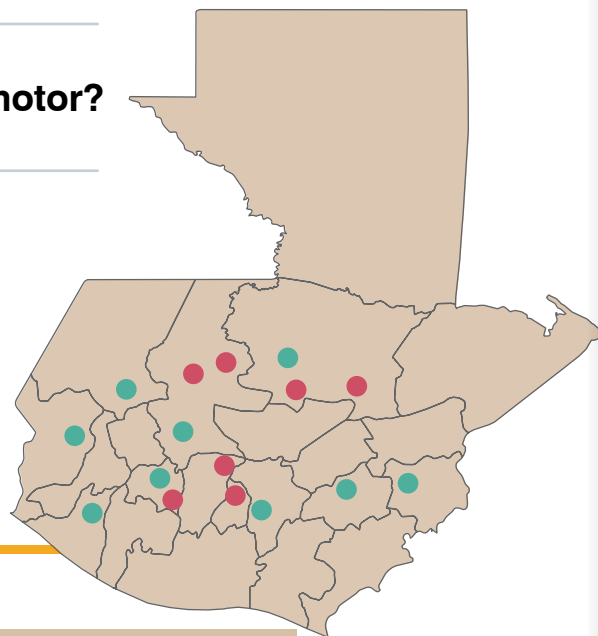
El **Grupo de Seguimiento** promoverá la creación y desarrollo de mecanismos de diálogo con las autoridades electas (Concejos Municipales), así como la participación en espacios de coordinación creados (Ejemplo: Consejos Municipales de Desarrollo Urbano y Rural, Comisiones Municipales de Seguridad Alimentaria y Nutricional -COMUSAN-, Comisiones Municipales de Prevención de la Violencia, entre otras).

El **Grupo de Seguimiento** también impulsará la realización de otras actividades ciudadanas, como los ejercicios de auditoría social y acciones en favor de la transparencia en sus comunidades.

1.6 ¿Cómo sumarse a un Grupo Promotor?

Sumarse a este espacio es sencillo. Algunas de las opciones para integrarse, son las siguientes:

A continuación, las localidades; los cuales están dando seguimiento a **Agendas Ciudadanas** construidas en su municipio o departamento.



Abordaje territorial

Diálogos Departamentales:	Diálogos Municipales:
● Cobán,	● Santa Catalina La Tinta, (Alta Verapaz)
● Sololá,	● San Cristóbal Verapaz, (Alta Verapaz)
● San Marcos,	● San Miguel Uspantán, (Quiché)
● Chiquimula,	● San Juan Cotzal, (Quiché)
● Jalapa,	● Santa Cruz del Quiché
● Retalhuleu,	● San Lucas Tolimán, (Sololá)
● Ciudad de Guatemala.	● San Pedro La Laguna, (Sololá)
	● San Martín Jilotepeque, (Chimaltenango)
	● Sumpango, (Sacatepéquez)
	● Huehuetenango

En los casos donde no haya grupo promotor dos o más organizaciones sociales pueden manifestar su intención de crear un **Grupo Promotor** y contactarse con la **Red Nacional de Grupos Promotores de la Democracia** para apoyarse en su conformación y dar los siguientes pasos en la construcción de su agenda de desarrollo.

El **Grupo Promotor**, una vez creado, conformará su propia estructura y promoverá la permanente adhesión de otras organizaciones sociales.

Capítulo 2

Incidencia del Grupo Promotor

El capítulo desarrolla los siguientes apartados: ¿Qué es la incidencia?, la incidencia como proceso, ¿Para qué hacer incidencia?, principales herramientas de la incidencia.

2.1 ¿Qué es la incidencia?

La incidencia son las actividades orientadas a generar influencia en los sectores de la sociedad que tienen poder de decisión, con relación a los asuntos de importancia para un grupo en particular o para la sociedad en general.

En nuestro caso, se comprende la incidencia “como el conjunto de acciones llevadas a cabo por el Grupo Promotor, como ciudadanos unidos por intereses comunes, para influir en las decisiones de las autoridades públicas”.

2.2 La incidencia es un proceso

La incidencia es un proceso planificado por el Grupo Promotor para crear sinergias con el gobierno, especialmente a nivel local, para hacer visibles las necesidades colectivas, con el objetivo que las autoridades atiendan y/o resuelvan dichas demandas. En tal sentido, la incidencia no es una o dos actividades, sino un proceso orientado a cambios.

Siempre que se hace incidencia política hay en el horizonte, una realidad social que se quiere transformar.

2.3 ¿Para qué hacer incidencia?

La **incidencia** es una herramienta para motivar la participación ciudadana, que permite empujar las agendas, especialmente de los sectores subrepresentados en la política y sus organizaciones, así como aportar en el diseño e implementación de políticas públicas (nacionales y municipales), apoyar en el diseño y ejecución de los planes y presupuestos municipales y departamentales, y en general, en toda iniciativa orientada a satisfacer necesidades colectivas.

La **incidencia** implica el compromiso del **Grupo Promotor** en participar de forma permanente, así como también en momentos (coyunturas) de especial relevancia para la comunidad y/o municipio.

La incidencia es un ejercicio de poder, para influir ante las instituciones del Estado. Por tanto, promueve el interés por cómo se ejerce el poder. La incidencia fortalece y empodera a los ciudadanos que forman parte del **Grupo Promotor**.

2.4 Principales herramientas de la incidencia

Las principales herramientas de incidencia del **Grupo Promotor** son:

- **a) La Agenda Ciudadana,**
- **b) El Plan de incidencia,**
- **c) El mapeo de actores.**

2.4.1 Agendas Ciudadanas

El Grupo Promotor elaborará la **Agenda Ciudadana**, con el objetivo de promover los cambios necesarios en función de los problemas y desafíos identificados como prioritarios. En consecuencia, la incidencia forma parte esencial de su quehacer, porque su principal interés consiste en lograr el cumplimiento o implementación de las Agendas.

La Agenda es el principal instrumento del Grupo, por lo que su tarea central consiste en su elaboración, para lo cual podrá tomar como referencia los planes municipales y/o departamentales, así como los documentos adicionales que ayuden en la fundamentación de su contenido (información pública, investigaciones, estudios, tesis, informes de seminario, resultados de encuestas).

2.4.2 Plan de incidencia

El plan es el instrumento que plantean los objetivos específicos, las prioridades, los resultados esperados, las actividades de incidencia a desarrollar por el Grupo Promotor. También incluye el detalle de los actores públicos a influir.

El Plan debe especificar a la/las organizaciones del Grupo que serán la/las responsables de atender cada prioridad y desarrollar las respectivas actividades. También es importante que incorpore la temporalidad y los recursos necesarios (básicos) para su implementación.

2.4.3 Mapeo de actores

El Mapeo identifica a los actores que tienen poder de acción y decisión para atender las prioridades establecidas en la Agenda Ciudadana. De esa forma, el Grupo Promotor podrá orientar su agenda de incidencia. Además, la herramienta también identificará a los actores que tienen mayor nivel de influencia en la opinión pública en favor de las prioridades incluidas en la Agenda.

2.5 Trabajando juntos

El Grupo Promotor es responsable de promover el desarrollo de mecanismos (espacios de diálogo) con las autoridades electas, en especial con los Concejos Municipales. Una actividad inicial (de arranque) consiste en la presentación de la Agenda Ciudadana, la cual, a su vez, es una acción de incidencia. El propósito de esta actividad, además de dar a conocer su contenido, consiste en establecer el mecanismo de seguimiento a la misma; de manera que la planificación y presupuesto municipal integren, en la medida de lo posible, las acciones necesarias para satisfacer las demandas o problemáticas identificadas en la Agenda.

El Grupo Promotor, a partir de las demandas y propuestas integradas en la Agenda Ciudadana y el plan de incidencia, también podrán llevar a cabo acciones de diálogo y coordinación con las autoridades y representantes departamentales (por ejemplo, gobernadores/as, diputados distritales, directores y delegados de instituciones del gobierno central), así como de naturaleza nacional (funcionarios de ministerios, secretarías y otras instituciones de gobierno; diputados y asesores del Congreso de la República, operadores de justicia, entre otros).

Capítulo 3

¿Qué es la Auditoría Social?

¿Y por qué es importante para el GP?

La auditoría social es el derecho que permite a la ciudadanía contribuir a la generación de propuestas para que los servicios, planes y proyectos que se elaboren a nivel local y nacional sean acordes a las necesidades de todas y todos. Consiste en el conjunto de acciones impulsadas por las organizaciones de la sociedad civil (como el Grupo Promotor), dirigida a dar mayor eficacia, eficiencia, transparencia y probidad a la gestión pública.

La auditoría social contribuye al fortalecimiento de la democracia, así como al desarrollo económico y social de las comunidades.

¿Cómo podemos hacer auditoría social?

El objetivo de la auditoría social consiste en contribuir a prevenir, sancionar y eliminar de la gestión de la administración pública la corrupción, la falta de transparencia; **promover la eficacia y eficiencia.**

Consiste en un proceso de acompañamiento que la sociedad organizada lleva a cabo a la gestión del Estado, a través del desarrollo de propuestas, informes de monitoreo, procesos de verificación, monitoreo y evaluación, tanto de orden cualitativo como cuantitativo de su gestión, así como del cumplimiento de los compromisos contraídos.

El **Grupo Promotor** podrá desarrollar diversas acciones de auditoría social, tales como las siguientes:

- **Solicitudes de información pública (utilizando para ello los mecanismos establecidos en la Ley de Acceso a la Información Pública),**
- **Elaboración de informes de monitoreo de la ejecución de los planes y presupuestos municipales, departamentales y/o nacionales,**
- **Realización de investigaciones o estudios independientes, para lo cual se recomienda la coordinación con instituciones académicas especializadas (universidades, centros de investigación).**
- **Presentaciones públicas de los informes (donde se subrayen los hallazgos, conclusiones y recomendaciones), entre otras.**

Principales normas que respaldan la auditoría social

Entre los marcos legales que podemos utilizar para la realización de los ejercicios de auditoría social, se encuentran los siguientes:

Ley de Contrataciones del Estado (Decreto No. 57-92)

El objeto de la Ley consiste en **“normar las compras, ventas, contrataciones, arrendamientos o cualquier otra modalidad de adquisición pública, que realicen: a) Los Organismos del Estado; b) Las entidades descentralizadas y autónomas, incluyendo las municipalidades; c) Las entidades o empresas, cualquiera sea su forma de organización, cuyo capital mayoritariamente esté conformado con aportaciones del Estado; d) Las Organizaciones No Gubernamentales y cualquier entidad sin fin de lucro, que reciba, administre o ejecute fondos públicos. Se exceptúan las Organizaciones de Padres de Familia -OPF-, Comités, Consejos Educativos y Juntas Escolares del Ministerio de**

Educación para los programas de apoyo escolar; y las subvenciones y subsidios otorgados a los centros educativos privados gratuitos; **e)** Todas las entidades de cualquier naturaleza que tengan como fuente de ingresos, ya sea total o parcialmente, recursos, subsidios o aportes del Estado, respecto a los mismos; **f)** Los fideicomisos constituidos con fondos públicos y los fondos sociales; **g)** Las demás instituciones que conforman el sector público”.



Código Municipal (Decreto No.12-2002)



El objeto de la Ley consiste en **desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, gobierno, administración, y funcionamiento de los municipios y demás entidades locales determinadas en este Código y el contenido de las competencias que correspondan a los municipios en cuanto a las materias que éstas regulen.**



Ley de Acceso a la Información Pública (Decreto No. 57-2008)

El objeto de la Ley es **“garantizar a toda persona interesada, sin discriminación alguna, el derecho a solicitar y a tener acceso a la información pública en posesión de las autoridades y sujetos obligados, así como garantizar la transparencia de la administración pública”.**

La ley promueve el derecho a la información, entendido como el “derecho que tiene toda persona para tener acceso a la información generada, administrada o en poder de los sujetos obligados”. También indica cuáles son los sujetos obligados a cumplir con la normativa: “Es toda persona individual o jurídica, pública o privada, nacional o internacional de cualquier naturaleza, institución o entidad del Estado, organismo, órgano, entidad, dependencia, institución y cualquier otro que maneje, administre o ejecute recursos públicos, bienes del Estado, o actos de la administración pública en general, que está obligado a proporcionar la información pública que se le solicite, dentro de los que se incluye: Organismo Ejecutivo, Judicial, Legislativo, Corte de Constitucionalidad, Ministerio Público, Contraloría General de Cuentas, entre otros”.

La ley establece como plazo para la entrega de la información, un máximo de diez (10) días, “prorrogable por 10 días más si la extensión de la respuesta lo justifica y debiendo poner en conocimiento del interesado dentro de los dos días anteriores a la conclusión del plazo”.

La auditoría social refuerza la participación ciudadana

La participación ciudadana efectiva y madura sólo puede serlo si está sostenida por su involucramiento en los asuntos públicos. La auditoría social requiere de ejercicios de recopilación de información, procesamiento, análisis y comunicación, orientado a mejorar la toma de decisiones de los actores que tienen responsabilidades asociadas a brindar respuestas a las demandas colectivas.

Un **ciudadano informado** y consciente está en mejores condiciones de asumir responsabilidades comunitarias.

El Grupo Promotor también son responsables de impulsar ejercicios constantes de auditoría social, por ejemplo, para dar a conocer a sus integrantes y sociedad en su conjunto los informes de avance de la **Agenda Ciudadana**. Estas prácticas pueden llevarse a cabo cada año. De esa forma, el Grupo promoverá la auditoría a través del ejemplo, y estará en condiciones (legitimidad) para llevar a cabo prácticas similares pero relacionadas con la gestión municipal, las ejecuciones presupuestarias, la calidad del gasto, las inversiones públicas, el estado de ejecución de los programas y proyectos, entre otras posibilidades.



A partir de los informes generados, deberán establecerse los mecanismos a través de los cuales se dará a conocer a la ciudadanía los avances del proceso, en los aspectos de interés (ej.: las Agendas Ciudadanas).

Debemos tomar en cuenta que, para fortalecer nuestras capacidades organizativas debemos comunicar con eficiencia, y para ello procurar una comprensión profunda del mensaje a transmitir, ya que la falta de claridad puede llevar a una comunicación confusa y deficiente.

Capítulo 4 Comunicando los resultados.

El documento establece los siguientes pasos:

PASOS		ETAPAS
Definición del Mensaje	Identificar la esencia del mensaje	Comienza con la pregunta fundamental: “¿Qué es lo que realmente queremos comunicar?” Puede ser una idea, un sentimiento, una llamada a la acción o una combinación de estos.
	Claridad	El mensaje debe ser claro y directo. Es necesario evitar jergas o términos complejos que puedan alejar a tu audiencia.
	Relevancia	Asegurar que el mensaje sea relevante para su audiencia. Investiga sus intereses, valores y preocupaciones.
Enfoque y Objetivos	Objetivo general	Definir el objetivo principal de tu comunicación. Puede ser informar, persuadir, entretener o una combinación de estos.
	Objetivos específicos	Desglosar el objetivo general en metas más concretas y medibles. Esto podría incluir aumentar la conciencia sobre un tema, cambiar opiniones o promover una acción específica.
	Alineación con la Misión y Visión	Asegurarse que tu mensaje esté en línea con los valores y la misión de tu organización. Esto fortalece la coherencia y la credibilidad de tu comunicación.
Consistencia	Coherencia en diferentes plataformas	Si se están utilizando múltiples plataformas, asegúrate que el mensaje sea consistente en todas ellas.
	Guión comunicacional	Considera desarrollar un guión comunicacional que sirva como referencia para las personas integrantes de la organización. Esto garantiza que todas estén en la misma página.
	Control de calidad	Implementar procesos de revisión para asegurar que la comunicación se mantenga fiel al mensaje original.
Conexión con la Audiencia	Empatía	Comprender las necesidades y preocupaciones de tu audiencia. Esto ayudará a presentar tu mensaje de una manera que resuene con sus intereses.
	Lenguaje y tono apropiado	Adaptar el lenguaje y el tono a tu público objetivo. Lo que funciona con un grupo de Sololá puede no ser eficaz con otro de Quiché, por ejemplo
	Retroalimentación	Asegurarse de tener todas las opciones disponibles para recibir comentarios de tu audiencia. La retroalimentación permite hacer ajustes y mejorar nuestra comunicación.



- El **Grupo Promotor/de Seguimiento** debe promover la mayor difusión posible de su existencia, resaltando la amplia representación en su composición. Además, debe dar a conocer el contenido de la **Agenda Ciudadana** y las acciones de incidencia que impulsarán, subrayando los actores públicos que se pretende influir.
- Para ello es necesario que cuenten con presencia activa en las distintas redes, en especial las que mayor penetración tienen en la actualidad, tales como *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*.
- También es preciso que el Grupo **elabore y actualice en forma periódica** (al menos una vez por semestre) el listado de los medios de comunicación presentes en sus comunidades, identificando a la persona de contacto (reporteros, por ejemplo) a quienes se pueden convocar a las actividades públicas.
- Se recomienda que el **Grupo Promotor/de Seguimiento** lleve a cabo, en forma regular (al menos cada dos meses), actividades tales como conferencias de prensa, foros, presentaciones de informes de auditoría social, con el propósito de ser referentes en representación de la sociedad civil, tener presencia constante en la agenda pública y promover la participación ciudadana.



Bibliografía.

Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD).
Guía práctica sobre el Acceso a la Información Pública, Guatemala, 2022.

Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD).
Organizándonos: Guía práctica para juventudes y colectivos que quieren fortalecer sus capacidades organizativas. Guatemala, 2023.





La democracia empieza con diálogo.

Impreso con el apoyo del Gobierno de Suecia

