

INCIDENCIA PARA EL CAMBIO

Guía para emprendedores sociales



THE
good
LOBBY

ÍNDICE

- **Bienvenida** _____ **03**
- **Prólogo** _____ **04**
- **Resumen ejecutivo** _____ **05**
- **Manos a la obra** _____ **06**
 - Define tu objetivo
 - Piensa en una solución
 - Construye tu argumentario
 - Define y estructura tu posicionamiento
 - Mapea tu ecosistema de decisión
 - Analiza la posición de tus stakeholders
- **Caminos para la incidencia** _____ **10**
 - Vía administrativa
 - Vía legislativa
 - Vía comunicación
 - Vía político-institucional
 - Vía judicial
- **Rumbo al cambio** _____ **31**
 - Forma tu alianza
 - Recauda fondos
 - Habla el lenguaje de los políticos
 - Haz un seguimiento constante
 - Respetar las reglas
- **¿Qué es The Good Lobby?** _____ **34**

Bienvenida

Ashoka es una organización sin ánimo de lucro que impulsa a las personas referentes de la innovación social —emprendedores y emprendedoras sociales, jóvenes *changemakers* y líderes educativos— para construir una sociedad capaz de generar cambio positivo a gran escala. Fundada en 1980 por Bill Drayton, Ashoka brinda un apoyo incondicional y vitalicio, con financiación, conexiones globales, formación y apoyo estratégico a su comunidad, un compromiso que se refleja en la continua presencia en el top 10 de las ONGs internacionales desde 2015.

Durante más de 40 años, Ashoka ha seleccionado a más de 3.800 emprendedores y emprendedoras sociales de más de 98 países que abordan problemas con ideas innovadoras y de manera sistémica. Estos emprendedores, al formar parte de nuestra red, ya han demostrado el impacto y la escalabilidad de sus soluciones. Sin embargo, para que éstas se expandan y penetren en diferentes niveles de la sociedad, a menudo es necesario recurrir a la incidencia.

La incidencia pública —el *lobby*— es una herramienta poderosa que les permite movilizar recursos, construir alianzas y sensibilizar a la ciudadanía, aspectos esenciales para poder expandir sus iniciativas y lograr un cambio más amplio y sostenible. A través de esta actividad, pueden promover modificaciones en leyes, regulaciones y políticas públicas que apoyen sus causas y beneficien a las comunidades a las que sirven.

Los años de experiencia apoyando los emprendimientos de Ashoka Fellows, nos demuestran que, para influir en políticas y sistemas más amplios, es esencial abordar las causas profundas de los retos sociales que buscan resolver. Por ello, en 2022, gracias al apoyo de Ikea, fuimos capaces de organizar una comunidad de aprendizaje llamada "Incidencia para el cambio", con el fin de acompañar a los emprendedores y las emprendedoras sociales en sus estrategias de influencia pública.

Este proyecto pudo llevarse adelante gracias al trabajo de The Good Lobby, organización fundada en Bruselas por el Ashoka Fellow Alberto Alemanno, que llegó a España por medio de Alfredo Gazpio. Le agradecemos a él y a su equipo de The Good Lobby Spain por acompañar a estas comunidades en este proceso de capacitación y empoderamiento.

Muchos de los aprendizajes se verán reflejados en esta guía. Esperamos que puedan servir de faro a muchos otros proyectos de impacto.

Irene Milleiro
Directora ASHOKA

Prólogo

Por algún motivo, en España, tendemos a criminalizar toda política que se sale del cauce institucional. Llámese activismo, recogida de firmas, campañas de movilización, o cualquier otra forma de inspirar el trabajo de nuestros gobernantes y poderes públicos. Lo cierto es que, cada vez más, los ciudadanos nos sentimos impotentes ante un sector público que sólo escucha las voces más fuertes. ¿Cómo hacer, entonces, para amplificar la nuestra? ¿Como podemos influir en la agenda política? ¿De qué manera podemos convertir nuestras ideas en realidad?

Una gran solución, que ha sido, por mucho tiempo, casi monopolizada por el sector privado es el *lobby*. Esta actividad, por muchos demonizada, no es más que una forma —complementaria a la electoral— de tener un rol activo en nuestra democracia y participar en el diseño de las políticas públicas, informando a los decisores públicos acerca del impacto que tienen sus decisiones en los intereses de la sociedad.

Con esta guía, The Good Lobby busca desmitificar la actividad del *lobby*, entendiéndola como necesaria en cualquier democracia moderna para enriquecer el proceso de toma de decisiones públicas, y contribuir a que éstas sean más eficientes y, probablemente, más duraderas.

La Política —con mayúsculas— no empieza en los partidos políticos ni termina en las urnas. Como dijo alguna vez el politólogo Pablo Simón, "la política, entendida como forma de organizar y administrar el poder, es consustancial al ser humano, y, por lo tanto, no debería ser patrimonio exclusivo de los políticos profesionales, sino que nos atañe a todos los ciudadanos".

Desde The Good Lobby, intentaremos encender esa chispa de participación política entre los emprendedores sociales de nuestro país, considerando la política como la capacidad de cambiar cosas desde lo público y blindar con ello grandes transformaciones sociales.

Gracias al *lobby*, cada uno de nosotros puede tener una voz, participar en los espacios de reflexión política e influir en la toma de decisiones. El objetivo de esta Guía es proveerte herramientas para incidir en la agenda pública e inspirarte a participar y cambiar las cosas.

Tu opinión importa. ¡Házte escuchar!

Alfredo Gazpio
Director The Good Lobby España

Resumen ejecutivo

¿Qué es el lobby?

El *lobby* es una forma de participación, complementaria a la electoral, enfocada al diseño y la implementación de las políticas públicas, informando a los distintos interlocutores de la Administración acerca del impacto que tienen sus decisiones en la sociedad. A través de su ejercicio, cualquier persona ajena al “centro de mando” puede acceder a él para defender sus intereses e impulsar mejoras concretas. Al democratizar el *lobby*, se abre lugar a que múltiples intereses, especialmente los infrarrepresentados, contribuyan directamente a la formación de las políticas públicas.

¿Qué es el **lobby ciudadano**?

El *lobby* ciudadano utiliza el arsenal de métodos y técnicas empleados por los lobistas profesionales con el fin de inducir **un cambio en el sistema y/o nuestro ordenamiento jurídico**.

¿Qué vas a encontrar en estas páginas?

Si bien no existe una solución única y/o universal para todos los problemas, a lo largo de esta guía, encontrarás consejos y herramientas para liderar una campaña de **lobby ciudadano**: desde la definición de tus objetivos y la construcción de alianzas, hasta la configuración de tu plan de *lobby* de acuerdo con las oportunidades y los límites de nuestro sistema institucional.

Como es una actividad estrechamente vinculada al contexto en el que opera, las herramientas y técnicas que utilices cambiarán a medida que evolucionen las agendas políticas y los procesos de toma de decisión. Así que, para que sea exitosa, tu estrategia tiene que ser continuamente revisada.

En particular, la naturaleza del problema, la estructura institucional o constitucional (o, dicho de otra forma, quién es la autoridad competente para decidir sobre la cuestión) y los grupos de interés (quién gana y quién pierde según qué política pública) determinarán qué caminos tomar, qué argumentos defender y qué alianzas forjar.

Disclaimer: el éxito también es variable y depende de tu propia definición. Pero, recuerda que **el objetivo del lobby es influir en el debate público** y conducirlo hacia tu propuesta, al mismo tiempo que **sensibilizar a la sociedad sobre la causa**. Así que, **¡haz que la gente hable de ti!**

Manos a la obra

● Define tu objetivo

La definición de tu objetivo es central para el resto de tu recorrido. La pregunta que debes hacerte es **¿qué quieres cambiar del mundo que te rodea?** Puedes ocuparte de cualquier cosa que te interese, pero procura ser igual de apasionado que estratégico.

Puedes ayudarte de los objetivos SMART para ver si tu causa está bien definida:

- **Specific (específico):** establecer metas concretas y específicas hace que tu proyecto resulte más factible.
- **Measurable (medible):** si los objetivos son medibles, podrás evaluar el éxito o el fracaso de tu proyecto más fácilmente.
- **Achievable (alcanzable):** asegúrate de que tus objetivos sean desafiantes, pero no imposibles.
- **Realistic (realistas):** además de establecer objetivos alcanzables, también tienen que ser realistas.
- **Time-bound (de duración limitada):** tu objetivo debe tener una fecha de finalización. Define un cronograma que sea claro y definido temporalmente.



EJEMPLO

#IncidenciaParaElCambio YoNoRenuncio con Malasmadres

La Asociación Yo No Renuncio es una entidad sin ánimo de lucro impulsada por el Club de Malasmadres que aboga por una conciliación real en España. Fundada por Laura Baena, Ashoka Fellow desde 2022, la organización trabaja por la instauración de un pacto social, político y normativo —con perspectiva de género— que permita a las mujeres asumir la maternidad sin que esto suponga un coste personal ni económico a cambio y que permita a los hombres cumplir su derecho de cuidar.

Propuestas electorales que preparamos antes de las elecciones:

1. Desde el Ejecutivo: pedir por la creación de un Alto Comisionado por la Conciliación.
2. Desde el Legislativo: pedir por la constitución de una Subcomisión de Estudio en el Congreso de los Diputados que analice en profundidad el reto-país y proponga al Gobierno un Plan Nacional de Conciliación.

Para realizar avances en este sentido, entendíamos que todo debía empezar por un compromiso con el próximo Gobierno, por lo que realizamos una lista de medidas para emprender en el ámbito (1) laboral, (2) personal y (3) social.

● Piensa en una solución

Una vez identificada tu batalla, no te limites a denunciar el problema: **¡propón soluciones!**

Estas pueden y aspiracionalmente deberían traducirse en políticas públicas o en normativas. No tienes por qué saber cómo hacerlo todo al principio, pero, como mínimo, debes poder identificar la legislación que impacta directamente tu causa. ¿Cómo la afecta? ¿A quién pertenece esta norma? ¿Dónde se ubica en la jerarquía normativa?

De todas formas, el *lobbying* ciudadano no debe limitarse a identificar *una* solución al problema. El objetivo es **imponer una norma social nueva**, cambiando la forma en la que la opinión pública lo percibe. Sin su apoyo, será mucho más difícil lograr un cambio de calado.

● Construye tu argumentario

Una vez hayas acotado tu objetivo y propuesto tu solución, es preciso que sepas argumentarla y justificarla de forma convincente y asimilable para que los responsables de la toma de decisiones la consideren como la mejor alternativa posible.

Una buena idea no basta para diseñar una política pública. Estas, en cambio, implican objetivos específicos, incentivos y obligaciones, dinero público y la validación de un número determinado de funcionarios. Por lo tanto, las propuestas de los actores de la sociedad civil que hacen lobby deben ser tan exhaustivas y adecuadas como este sistema lo exige, y su argumentación, fundamentada.

La **credibilidad** es tu activo principal. Así que, durante esta fase, debes concentrarte en recopilar **hechos, datos y argumentos** para fundamentar lo que afirmas y propones. En particular:

- Datos que demuestren la existencia del fenómeno que te interesa: **¿por qué es una cuestión importante?**
- Datos que respaldan la solución propuesta: **¿qué propones y por qué debería funcionar?**
- Datos relativos al histórico: **¿la solución que propones ya ha funcionado en otro lugar?**
- Pero, no descuides el **aspecto más humano** de tu propuesta: los testimonios directos son la herramienta más eficaz para conectar con tus interlocutores. Combinarlos con cifras permitirá que el público comprenda la dimensión del fenómeno.

● Define y estructura tu posicionamiento

Una vez que hayas llevado adelante tu investigación, **recopila los datos de manera estructurada** en un documento *-position paper-* que puedas compartir externamente y que, quien lo lea, pueda comprender de inmediato cuál es la cuestión y qué solución propones. Tu posicionamiento debe ser claro y tus argumentos, fáciles de entender y recordar.

Esta estructura puede ayudarte:

1. Título de tu acción y/o campaña
2. Un breve párrafo que exponga la situación
3. Los hechos en apoyo a la naturaleza de la cuestión
4. Una historia que dé voz y legitime tu causa
5. Un breve párrafo que exponga la solución
6. Hechos y datos para respaldar su eficacia
7. Una breve presentación de las acciones y tácticas previstas
8. Una lista de grupos y organizaciones que te apoyan
9. El nombre y los datos de contacto
10. El sitio web

● Mapea tu ecosistema de decisión

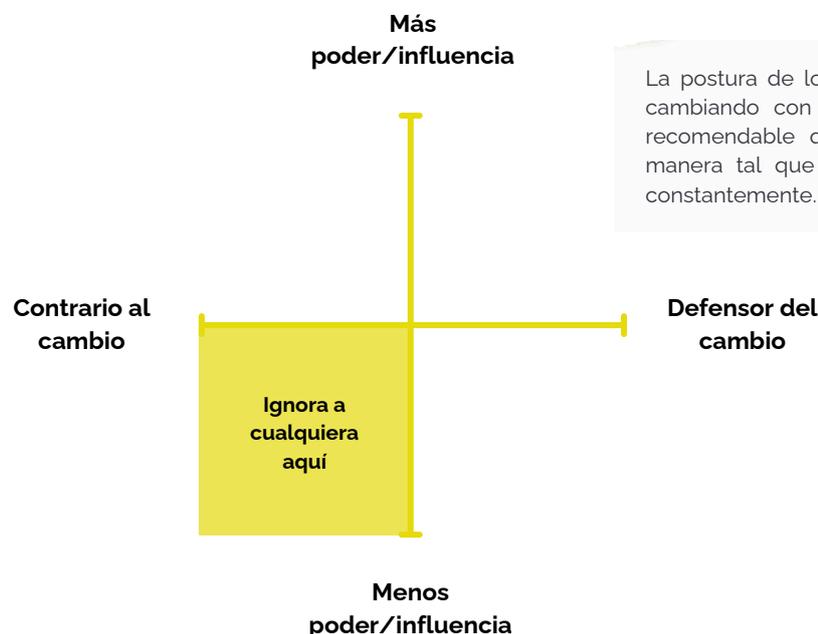
Recuerda que el principal destinatario de tu acción es quien sea el organismo **competente para adoptar la solución** que desees, por lo tanto, debes conocer la estructura política e institucional de tu país, región o municipio para identificarlo

● Analiza la posición de tus stakeholders

Es importante contextualizar el problema dentro de las dinámicas políticas, económicas y sociales, para, luego, poder identificar a los actores que tienen interés en tu cuestión, que pueden influir en tu causa y ayudarte a cambiar las cosas.

Esta fase te servirá para preparar el terreno para la **construcción de coaliciones**, al ser capaz de ubicar a tus aliados y potenciales partidarios y opositores. Estudia la postura de todos ellos y descubre cómo se relacionan entre sí. Esto, además, te ayudará a construir mejores argumentos.

Para mapear a los stakeholders, puedes utilizar este mapa, que te ayudará a ver cómo se distribuye el poder y ver dónde conviene concentrar las energías:



La postura de los *stakeholders* puede ir cambiando con el tiempo, así que es recomendable que lo diseñes de una manera tal que te permita actualizarlo constantemente.



EJEMPLO

#IncidenciaParaElCambio

YoNoRenuncio con Malasmadres

En el marco de nuestra colaboración con su plan de incidencia, la primera tarea a realizar fue la **identificación de los actores gubernamentales clave** una vez conocida la composición del gobierno tras las últimas elecciones, para, así, desarrollar una **estrategia relacional**.



Con carácter previo a la configuración del Gobierno, llevamos a cabo un análisis de los programas políticos de los partidos que se presentaban en las elecciones autonómicas y nacionales. De esta manera, pudimos identificar coincidencias y divergencias con quienes, luego, están llamados a tomar decisiones al respecto. Este ejercicio nos brinda la capacidad de anticipar las posibles áreas de consenso y conflicto, y ayuda a diseñar la estrategia de relacionamiento con cada uno.

Caminos para la incidencia

● **Identifica la mejor hoja de ruta para conseguir tus objetivos**

Esta fase consiste en identificar las alternativas disponibles para plantear tu causa y los instrumentos correspondientes a cada una, evaluar cómo combinarlas entre sí, y elegir cuál priorizar en el marco temporal que hayas definido.

Cada camino es distinto y requiere de competencias diferentes, pero todos ellos, para ser asumidos, necesitan una mínima comprensión de la estructura y el funcionamiento del sector público y de los plazos y procedimientos establecidos por la ley.

Las alternativas que puedes adoptar son:

- Administrativo, para impugnar una decisión de la Administración Pública.
- Legislativo, dirigido a obtener un cambio legislativo.
- Comunicativo, sensibilizando a la opinión pública sobre tu problema y presionando a los decisores.
- Político, creando un contacto con los decisores.
- Judicial, iniciando un contencioso en los tribunales.

VIA ADMINISTRATIVA

DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

El artículo 105.b) de la Constitución reconoce el derecho de los ciudadanos a la información pública. Con carácter general, está regulado en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (en adelante, "**Ley de Transparencia**").

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano o entidad.

De hecho, el solicitante no está obligado a justificar el motivo por el que solicita el acceso a la información.

¿PARA QUÉ SIRVE?

A través de este instrumento, los ciudadanos pueden acceder a cualquier documento o información que obre en manos de los poderes públicos.

No obstante, según el artículo 14.1 de la Ley de Transparencia, el derecho de acceso podrá ser limitado cuando suponga un perjuicio para (i) la seguridad nacional; (ii) la defensa; (iii) las relaciones exteriores; (iv) la seguridad pública; (v) la prevención, investigación y sanción, los ilícitos penales, administrativos o disciplinarios; (vi) la igualdad de las partes en los procesos judiciales y la tutela judicial efectiva; (vii) las funciones administrativas de vigilancia, inspección y control; (viii) los intereses económicos y comerciales; (ix) la política económica y monetaria; (x) el secreto profesional y la propiedad intelectual e industrial; (xi) la garantía de la confidencialidad o el secreto requerido en procesos de toma de decisión; y (xii) la protección del medio ambiente.

De ser denegada la solicitud, puede recurrir al Consejo de Transparencia y Buen Gobierno o recurrir directamente a los tribunales de lo contencioso-administrativo.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

- Las solicitudes de información son uno de los instrumentos más poderosos de los que dispone un grupo de presión ciudadano, ya que contribuyen a garantizar la responsabilidad de los encargados de la toma de decisiones.
- Antes de lanzar campañas públicas, presentar peticiones u otras iniciativas públicas, es fundamental acceder a los documentos y registros oficiales existentes para construir una base de pruebas sólida y ganar credibilidad.
- Antes de intervenir en el proceso de adopción de decisiones o iniciar una demanda judicial, es fundamental tener acceso a los documentos e información relativos a las decisiones administrativas que se deseen impugnar o en las que se quiera participar.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

La manera más ágil de solicitar información es a través de los portales de transparencia que han habilitado la mayor parte de las Administraciones Públicas y entidades sujetas a la Ley de Transparencia: <https://transparencia.gob.es/>.

Además, puede solicitarse información a través de (i) las oficinas de correos; (ii) los registros de los órganos administrativos competentes o cualquier órgano administrativo perteneciente a la Administración Central, las Comunidades Autónomas, las Diputaciones, los Consejos Insulares o los Ayuntamientos; y (iii) en las oficinas diplomáticas o consulares del Gobierno español en el extranjero.

Y, ¡calma! Si, por error, se solicita información a un órgano que no es competente, éste remitirá la solicitud al que sí lo sea e informará al solicitante.

¿CÓMO SE PONE EN MACHA?

La manera más ágil de solicitar información es a través de los portales de transparencia que han habilitado la mayor parte de las Administraciones Públicas y entidades sujetas a la Ley de Transparencia: <https://transparencia.gob.es/>.

Además, puede solicitarse información a través de (i) las oficinas de correos; (ii) los registros de los órganos administrativos competentes o cualquier órgano administrativo perteneciente a la Administración Central, las Comunidades Autónomas, las Diputaciones, los Consejos Insulares o los Ayuntamientos; y (iii) en las oficinas diplomáticas o consulares del Gobierno español en el extranjero.

Y, ¡calma! Si, por error, se solicita información a un órgano que no es competente, éste remitirá la solicitud al que sí lo sea e informará al solicitante.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

- Las solicitudes de información son uno de los instrumentos más poderosos de los que dispone un grupo de presión ciudadano, ya que contribuyen a garantizar la responsabilidad de los encargados de la toma de decisiones.
- Antes de lanzar campañas públicas, presentar peticiones u otras iniciativas públicas, es fundamental acceder a los documentos y registros oficiales existentes para construir una base de pruebas sólida y ganar credibilidad.
- Antes de intervenir en el proceso de adopción de decisiones o iniciar una demanda judicial, es fundamental tener acceso a los documentos e información relativos a las decisiones administrativas que se deseen impugnar o en las que se quiera participar.

¿CÓMO SE PONE EN MACHA?

La manera más ágil de solicitar información es a través de los portales de transparencia que han habilitado la mayor parte de las Administraciones Públicas y entidades sujetas a la Ley de Transparencia: <https://transparencia.gob.es/>.

Además, puede solicitarse información a través de (i) las oficinas de correos; (ii) los registros de los órganos administrativos competentes o cualquier órgano administrativo perteneciente a la Administración Central, las Comunidades Autónomas, las Diputaciones, los Consejos Insulares o los Ayuntamientos; y (iii) en las oficinas diplomáticas o consulares del Gobierno español en el extranjero.

Y, ¡calma! Si, por error, se solicita información a un órgano que no es competente, éste remitirá la solicitud al que sí lo sea e informará al solicitante.

LA PARTICIPACIÓN DE LOS CIUDADANOS EN EL PROCEDIMIENTO DE ELABORACIÓN DE NORMAS CON RANGO DE LEY Y REGLAMENTOS

El artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, y el artículo 133 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en lo sucesivo, "Ley de Procedimiento Administrativo"), regulan la participación de los ciudadanos en el procedimiento para la aprobación de las normas cuya elaboración depende del Poder Ejecutivo.

De esta manera, se materializa (1) el derecho de los ciudadanos a participar en los asuntos públicos, reconocido en el artículo 23.1 de la Constitución, y (2) a ser escuchados en el procedimiento de elaboración de las disposiciones administrativas que les afecten, según lo dispuesto en el artículo 105.a) de la Constitución.

- Consulta pública:

Con carácter previo a la elaboración del texto normativo, se lleva a cabo una consulta pública con el fin de recabar la opinión de los destinatarios potenciales de una norma, a través del portal web de la Administración Pública que impulse el proyecto.

Para ello, se pone a disposición de los interesados un documento en el que se incluye una referencia a (i) los problemas que se pretenden solucionar; (ii) la necesidad y las oportunidades de su aprobación; (iii) los objetivos, y (iv) las posibles soluciones alternativas regulatorias y no regulatorias.

- Audiencia e información pública:

Una vez elaborado el proyecto o el anteproyecto, se publica el texto en el mismo portal web, con el fin informar y/o conceder audiencia a las personas afectadas, directamente o a través de las organizaciones o asociaciones que las representen, para obtener cuantas más aportaciones adicionales posibles.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano o entidad que potencialmente se vea afectado por la norma.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Ambos trámites forman parte de una concepción abierta y transparente para la elaboración de normas: tener en cuenta la opinión de los potenciales destinatarios redundará en una mejor adecuación del texto final a las necesidades de la sociedad y en una mayor calidad regulatoria.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

La participación de los ciudadanos en el procedimiento de elaboración de normas busca, por un lado, una mayor en los procesos de producción normativa y, por el otro, mejorar la calidad democrática.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

A través del apartado de "Participación pública en proyectos normativos" que se encuentra en la página web de cada Ministerio. Por ejemplo, para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, <https://www.mapa.gob.es/es/pesca/participacion-publica/>

En general, se establece un formulario electrónico que permite adjuntar archivos, de modo que es posible enviar un documento en formato pdf. En caso de que no se disponga de acceso electrónico, sugerimos contactar con la Administración correspondiente, para asegurarse de que se pueda presentar documentos en papel a través del registro correspondiente.

En general, el plazo para cada uno de estos trámites es de un mínimo de 15 días hábiles. No obstante, estos plazos pueden ser reducidos cuando concurren causas debidamente acreditadas que así lo recomienden o cuando el proyecto normativo se tramite por la vía de urgencia.

Ejemplo de un caso de éxito:

En el trámite de consulta pública sobre el Anteproyecto de Ley Orgánica de Protección Integral frente a la Violencia contra la Infancia, fueron tenidas en cuenta 95 propuestas de particulares y 14 propuestas de asociaciones como UNICEF, la Confederación Autismo España o la Asociación Española de Pediatría y Atención Primaria (AEPAP).

LOS TRÁMITES DE INFORMACIÓN PÚBLICA EN LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

Sin perjuicio del derecho general que asiste a ciudadanos y entidades a ser escuchados en los procedimientos en los que tengan la condición de interesados y a que sus alegaciones sean tenidas en cuenta por la Administración (artículo 53.1.a) de la Ley de Procedimiento Administrativo), en determinados procedimientos, se establecen trámites de información pública más amplios, en los que pueden participar ciudadanos o entidades con menos intereses directos en el asunto.

Este trámite se regula en el artículo 83 de la Ley de Procedimiento Administrativo, en donde se prevé que, si bien la comparecencia en el trámite de información pública no otorga, por sí misma, la condición de interesado, quienes presentan alegaciones u observaciones en este trámite tienen derecho a obtener una respuesta razonada de la Administración.

Estos trámites existen en numerosos procedimientos administrativos y se dan en todos los niveles (estatal, autonómico y local).

En general, estos trámites son habituales en procedimientos que tienen un impacto significativo en el medio ambiente, como actuaciones urbanísticas o proyectos de infraestructuras.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano o entidad interesado.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Desde la perspectiva de las Administraciones, la información pública permite al órgano administrativo conocer datos, situaciones y circunstancias que quizás desconocía o que no había valorado correctamente. Incluyéndola se pueden modificar o corregir proyectos o, incluso, desistir de ellos.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

Quienes presenten alegaciones u observaciones tienen derecho a obtener una respuesta razonada. Precisamente por ello, los trámites de información pública resultan un instrumento muy eficaz para controlar la actividad de los poderes públicos.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

Depende de cada norma concreta e incluso de la práctica de cada Administración, aunque, de forma creciente, la participación se articula a través de medios puramente electrónicos.

VIA LEGISLATIVA

LA INICIATIVA LEGISLATIVA POPULAR (ILP)

El artículo 81.1 de la Constitución prevé la participación directa de los ciudadanos en el proceso de elaboración de las leyes a través de la denominada "iniciativa legislativa popular". Este derecho ha sido objeto de desarrollo mediante la Ley Orgánica 3/1984, de 26 de marzo (en lo sucesivo, "LO 3/1984"). A través de este mecanismo, mediante la presentación de al menos 500.000 firmas, los ciudadanos pueden participar directamente de la producción normativa.

De acuerdo al artículo 2 de la misma Ley, están excluidas de la iniciativa popular las siguientes materias: (i) las que requieren LO; (ii) las de naturaleza tributaria; (iii) las de carácter internacional; (iv) las referentes a las prerrogativas de gracia; (v) las de planificación económica a las que se refiere el artículo 131 de la Constitución, y (vi) las de Presupuestos Generales del Estado.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano.

¿PARA QUÉ SIRVE?

La iniciativa legislativa popular permite a cualquier ciudadano la participación directa en la función legislativa.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

El Congreso de los Diputados no tiene la obligación de aprobar la ILP. Su función es, por lo tanto, la de forzar el debate político y obligar a que los distintos grupos de la cámara deban posicionarse y pronunciarse sobre el tema que se plantee. Se consigue, de esta manera, dotar de relevancia y poner el foco sobre determinadas cuestiones que resultan de interés y/o preocupación para una parte significativa de la ciudadanía, pero que, sin embargo, no han encontrado eco en las formaciones políticas con representación parlamentaria.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

El procedimiento se inicia mediante la presentación, ante la Mesa del Congreso de los Diputados, a través de su Secretaría General, de la siguiente documentación: (i) el texto articulado de la proposición de Ley, precedido de una exposición de motivos, y (ii) la relación de los miembros que componen la Comisión Promotora de la iniciativa, constanding los datos personales de todos ellos.

La Mesa del Congreso de los Diputados dispone de 15 días para pronunciarse sobre la admisibilidad de la ILP. Únicamente puede rechazarse por los siguientes motivos:

- Por tener por objeto alguna de las materias excluidas de la ILP.
- Por no haber cumplido los requisitos formales, salvo que sean subsanables.
- Porque el texto de la proposición verse sobre materias manifiestamente distintas y carentes de homogeneidad entre sí.
- Por existir, en el Congreso o el Senado, un proyecto o proposición de Ley que verse sobre el mismo objeto de la ILP y que esté, cuando ésta se presenta, en el trámite de enmiendas u otro más avanzado.
- Por ser una reproducción de otra ILP de contenido igual o sustancialmente equivalente presentada durante la legislatura en curso.

Frente a una eventual inadmisión, la Comisión Promotora puede presentar un recurso de amparo frente al Tribunal Constitucional

Una vez admitida, comienza la fase de recogida de firmas, bajo la supervisión de la Junta Electoral Central, que cuenta con un plazo de nueve meses desde la notificación de la admisión de la ILP.

Este plazo podrá ser prorrogado por tres meses cuando concurra una causa mayor apreciada por la Mesa del Congreso. Agotado el plazo sin que se haya hecho entrega de las firmas recogidas, caducará la iniciativa.

Luego de la comprobación y el recuento definitivo de las firmas, la Junta Electoral Central debe trasladarlo al Congreso de los Diputados para que dé comienzo a la tramitación parlamentaria de la proposición. Ésta debe incluirse en el orden del día del Pleno del Congreso de los Diputados y cuenta con un plazo máximo de seis meses para su toma en consideración.

De llegar la proposición al Congreso de los Diputados, el Estado resarcirá a la Comisión Promotora de los gastos realizados en la difusión de la proposición y la recogida de firmas cuando alcance su tramitación parlamentaria hasta un máximo de 300.000 euros.

No es habitual que las iniciativas legislativas populares prosperen, dado que requiere que, al menos, 500.00 ciudadanos la respalden. Sin embargo, pese a los pocos casos de éxito, es un buen mecanismo para hacer que los políticos y funcionarios se pronuncien al respecto.

En este momento, se está debatiendo en el Congreso la ILP sobre la regulación extraordinaria de personas migrantes, una iniciativa que ha sido respaldada por más de 600.000 firmas.

LAS QUEJAS ANTE EL DEFENSOR DEL PUEBLO

El Defensor del Pueblo —cuya figura está prevista en el artículo 54 de la Constitución, desarrollado por la LO 3/1981, de 6 de abril, del Defensor del Pueblo—es el Alto Comisionado de las Cortes Generales y está encargado de defender los derechos fundamentales y las libertades públicas de los ciudadanos, mediante la supervisión de la actividad de las administraciones públicas españolas.

Cabe destacar que existen figuras análogas a la del Defensor del Pueblo en el ámbito de las Comunidades Autónomas.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano o entidad que considere que sus derechos y libertades han sido menoscabadas debido a la actuación de la Administración.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Ante eventuales abusos por parte de las Administraciones Públicas, el Defensor del Pueblo actúa ofreciendo servicios de recepción de quejas, investigación de casos, mediación, supervisión del cumplimiento de derechos y emisión de informes y recomendaciones para mejorar la actuación de las autoridades.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

Pese a contar con competencias ejecutivas limitadas, el Defensor del Pueblo puede resultar de gran utilidad a la ciudadanía: su autoridad en materia de protección de los derechos fundamentales le confiere un poder de persuasión ante los poderes públicos que un ciudadano no podría ejercer por su cuenta.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

Sin perjuicio de la posibilidad de que el Defensor del Pueblo actúe de oficio, el procedimiento para plantear una queja es sencillo y está sujeto a pocas formalidades.

En efecto, basta con la presentación de un escrito firmado, donde se detallen los hechos que motivan la queja y los datos del peticionario, y en el plazo máximo de un año, contado a partir del momento en que tuviera conocimiento de los hechos objeto de la queja, a través del siguiente [enlace](#).

Si la queja cumple con los requisitos legales establecidos, será admitida e investigada por el Defensor del Pueblo, quien, una vez finalizada, informará al interesado del resultado de sus investigaciones y gestión así como de la respuesta que hubiese dado la Administración o funcionario implicados.

La forma habitual de solucionar las quejas es mediante el acuerdo entre el ciudadano y la Administración. Sin embargo, de no lograrse, el Defensor del Pueblo puede adoptar las siguientes medidas:

- Sugerir a la Administración que modifique los criterios utilizados en su actuación.
- Sugerir al Gobierno o a las Cortes Generales que modifiquen normas cuyo cumplimiento riguroso puede dar lugar a situaciones injustas o perjudiciales.
- Solicitar que las Administraciones ejerzan sus facultades de inspección y/o sanción.
- Emitir advertencias y recordatorios a funcionarios y autoridades acerca de su actuación que, sin ser delictiva, sea descortés o negligente.
- Trasladar al Ministerio Fiscal las conductas o hechos que pudieran ser constitutivos de delito de los que tenga conocimiento tras sus indagaciones.

EL DERECHO DE PETICIÓN

El derecho de petición se reconoce en el artículo 29 de la Constitución y ha sido desarrollado en la LO 4/2001, de 12 de noviembre, reguladora del derecho de petición.

Mediante este mecanismo, los ciudadanos pueden solicitar a los poderes públicos que lleven a cabo actuaciones de carácter discrecional, referido a cualquier asunto de interés general, colectivo o particular.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Cualquier ciudadano.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Mediante las peticiones, los ciudadanos pueden incorporar una sugerencia, iniciativa, información, o expresar quejas o súplicas. Se trata de una suerte de último recurso para cuando no exista ningún otro cause legal.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

Si bien su estimación por parte de los poderes públicos es absolutamente discrecional, se trata de un instrumento muy útil para llamar la atención de los poderes públicos sobre una cuestión o una situación.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

El derecho de petición se caracteriza por su sencillez y ausencia de formalidades. El interesado o la interesada únicamente ha de formular por escrito su petición, indicando (i) su identidad; (ii) nacionalidad; (iii) el lugar o medio para notificaciones; (iv) el objeto, y (v) la administración destinataria de la petición. Puede hacerse electrónica o físicamente en los registros de la Administración correspondiente.

La Administración que recibe el escrito sólo puede rechazar tramitar la petición cuando:

- su objeto sea ajeno a las atribuciones de los poderes públicos, instituciones u organismos a que se dirijan.
- exista otro procedimiento específico para satisfacer el objeto de la petición.
- exista un procedimiento parlamentario, administrativo o un procedimiento judicial iniciado y abierto que verse sobre el mismo objeto.

Una vez admitida la petición a trámite, la Administración destinataria debe contestar y notificar la contestación en un plazo máximo de tres meses desde la fecha de presentación de la petición.

REFERÉNDUMS CONSULTIVOS Y CONSULTAS POPULARES

De acuerdo con el artículo 92.1 de la Constitución, las decisiones políticas de especial trascendencia podrán ser sometidas a referéndum consultivo de todos los ciudadanos. Debe ser convocado por el Rey, a propuesta del Presidente del Gobierno, y previamente autorizado por el Congreso de los Diputados.

La consulta popular está regulada en el artículo 71 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, mediante la cual el Alcalde de un municipio, previo acuerdo por mayoría absoluta del Pleno y autorización del Gobierno de la Nación, podrán someter a consulta aquellos asuntos de la competencia propia municipal y de carácter local que sean de especial relevancia para los intereses de los vecinos, con excepción de los relativos a la Hacienda local.

La Administración que recibe el escrito sólo puede rechazar tramitar la petición cuando:

- su objeto sea ajeno a las atribuciones de los poderes públicos, instituciones u organismos a que se dirijan.
- exista otro procedimiento específico para satisfacer el objeto de la petición.
- exista un procedimiento parlamentario, administrativo o un procedimiento judicial iniciado y abierto que verse sobre el mismo objeto.

Una vez admitida la petición a trámite, la Administración destinataria debe contestar y notificar la contestación en un plazo máximo de tres meses desde la fecha de presentación de la petición.

REFERÉNDUMS CONSULTIVOS Y CONSULTAS POPULARES

De acuerdo con el artículo 92.1 de la Constitución, las decisiones políticas de especial trascendencia podrán ser sometidas a referéndum consultivo de todos los ciudadanos. Debe ser convocado por el Rey, a propuesta del Presidente del Gobierno, y previamente autorizado por el Congreso de los Diputados.

La consulta popular está regulada en el artículo 71 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, mediante la cual el Alcalde de un municipio, previo acuerdo por mayoría absoluta del Pleno y autorización del Gobierno de la Nación, podrán someter a consulta aquellos asuntos de la competencia propia municipal y de carácter local que sean de especial relevancia para los intereses de los vecinos, con excepción de los relativos a la Hacienda local.



EJEMPLO #IncidenciaParaElCambio Fundación Lonxanet

En 2007, se creó la Reserva Marina de Interés Pesquero (RMIP) Os Miñarzos, tras un **proceso de consulta y participación pública** (sin votación ciudadana) con diversos actores involucrados, como pescadores, científicos, autoridades locales y la comunidad en general.

Ante la creciente preocupación de los pescadores locales por la disminución de los recursos pesqueros y la necesidad de conservar los ecosistemas marinos, las asociaciones de pescadores y cofradías de la zona, con la participación de científicos y expertos, impulsaron iniciativa para su creación.

Luego, se realizaron múltiples consultas y reuniones con pescadores, autoridades locales, ONGs y otros interesados. Estas reuniones permitieron recoger opiniones, sugerencias y preocupaciones de la comunidad local, asegurando que la propuesta de la reserva tuviera un amplio apoyo y fuera adaptada a las necesidades locales.

El proyecto, elaborado con el consenso de todos los actores involucrados, fue presentado a la Consellería do Mar de la Xunta de Galicia, que desempeñó un papel crucial en la evaluación y aprobación del proyecto.

Hoy, la Fundación Lonxanet aboga por su ampliación, implantando un modelo de gobernanza participativo basado en la cogestión entre representantes del sector pesquero y representantes de la Administración, para definir las claves de un modelo sostenible.

VIA COMUNICACIÓN

Las campañas de comunicación consisten en generar consenso público en torno a tu causa y pueden tener un gran impacto en la eficacia y el alcance de tu actividad de *lobbying*. Si se lleva a cabo junto con otros caminos, una campaña de comunicación tiene el efecto de amplificar y publicitar tu causa de manera rápida y eficaz.

Las herramientas de comunicación persiguen objetivos a largo plazo: están destinadas, generalmente, a cambiar la percepción pública sobre un determinado tema, contrarrestar un estereotipo o convertir una práctica específica en socialmente aceptable.

¿CÓMO UTILIZARLAS?

El primer consejo que podemos darte es que identifiques tu necesidad: dependiendo de tu objetivo —que puede ir desde difundir información, crear un espacio de discusión, recaudar dinero o desafiar a los tomadores de decisiones—, la red social, la plataforma o el medio serán diferentes.

Tu objetivo debe ser **influir en el debate público y conducirlo hacia tu propuesta**, al mismo tiempo que **sensibilizar a la sociedad sobre tu causa**. Para lograrlo, haz un uso estratégico de los medios de comunicación, teniendo en cuenta los distintos tipos de público a los que quieres llegar: los decisores y la opinión pública. Dependiendo de tu plan de lobbying, debes identificar a quién, qué, cómo y cuándo comunicar, cuál es la finalidad y cómo hacerla más eficaz.

Para ello, te recomendamos: elegir a tu audiencia, ser estratégico y convincente con la historia, construir la historia con hechos, encontrar a un mensajero que sepa divulgarla de forma efectiva y sincera y llamar a la acción, diciendo al público todo lo que puede hacer para contribuir.

En este sentido, trazar una estrategia con los medios de comunicación es importante para poder elevar el nivel de sensibilidad y el conocimiento sobre tu materia. En particular, es importante identificar a periodistas que hayan seguido el tema en el pasado y facilitarles información de alto valor, de manera tal que, proactivamente, quieran escribir o hablar sobre el tema en su medio de comunicación.

Cuanta más cobertura mediática tengas, más fácil será que los decisores te escuchen y se sientan obligados a pronunciarse al respecto.

1. **REDES SOCIALES:** plataformas como Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn, y, ahora, TikTok son útiles para difundir mensajes clave, compartir noticias relevantes y generar interacción con el público. Si ofrecer un buen contenido, tus seguidores pueden compartirlo, amplificando tu mensaje



EJEMPLO #IncidenciaParaElCambio YoNoRenuncio con Malasmadres

Malasmadres tiene una estrategia activa de comunicación a través de distintas plataformas digitales. Entre ellas, Instagram. A través de esta red, han sabido crear *engagement* y, con ello, una gran comunidad.



2. EL COMUNICADO DE PRENSA: sea en digital o en papel, la nota de prensa es tu mejor herramienta de difusión en el ámbito periodístico. Para aumentar la eficacia, se necesita un periódico "amigo" que pueda influir en la opinión pública y en la agenda política y legislativa.

3. PETICIONES: las peticiones son una de las formas más extendidas de movilización digital. Son una herramienta poderosa para la participación ciudadana y la defensa de los derechos, dado que permite que las personas expresen sus demandas y preocupaciones de manera organizada y efectiva en el ámbito digital.

4. PLATAFORMAS DE CONSULTA DIGITALES: las plataformas digitales fortalecen el poder de los ciudadanos y dan lugar a un intercambio constructivo entre la sociedad civil y el Gobierno. Alcaldes y legisladores utilizan este medio para recoger opiniones o sugerencias de los ciudadanos con el fin de co-construir la política del mañana.

5. EVENTOS: pese a que hoy lo digital domina la comunicación, el advocacy offline es una buena forma para impulsar una campaña mediática, dado que permiten conectar con la audiencia. Además, al reunir a personas con intereses comunes en un mismo lugar, se crea un ambiente de colaboración y co-creación, y da lugar a que los participantes ideen planes de acción.

Y, ¡preparate para las entrevistas! Asegúrate de tener siempre claro el mensaje que quieres transmitir para así mantener el control. Tienes que estar mucho más preparado que quien te está entrevistando: actúa con anticipación y no te dejes acorralar.

¡Importante! Nunca mientas. Haciéndolo, correrías el riesgo de perder el control de tu causa y debilitar la campaña y tu comunidad.

VIA POLÍTICO-INSTITUCIONAL

Un camino efectivo para conseguir tu objetivo es contactando con algún responsable de la toma de decisiones o, en su defecto, con alguien de su círculo de asesores.

- **Contacto con ministerios**

Obtener una cita con un miembro de algún gabinete ministerial puede ser muy útil para presentar propuestas, ideas o iniciativas relacionadas con distintas políticas públicas. Además de ser un medio para establecer relaciones y redes de colaboración con el gobierno, puede ser una instancia útil para influir en la toma de decisiones en beneficio de tu causa.

¿Cómo hacer para pedir una cita?

- La carta argumentativa

El contacto por escrito sigue siendo el medio más sencillo y utilizado para un primer acercamiento con el decisor.

El primer paso es identificar al miembro del gabinete con el que deseas tener la cita (puedes encontrar información sobre los miembros el gobierno, sus funciones y competencias en el sitio web del gobierno de España). Una vez identificado, contacta a su oficina a través de los canales de comunicación disponibles. Puedes encontrar números de teléfono, direcciones de correo electrónico y formularios de contacto en línea en [esta página](#).

Si tu objetivo final es contactar a un ministro o ministra, la persona intermediaria más cercana a la que enviar el correo es al Director de su gabinete (pero destínala al ministro o ministra). y pon en copia a sus asesores.

En tu carta, explica claramente el propósito de tu contacto y el por qué deseas reunirte con el miembro del gabinete en cuestión. Es importante que seas específico y destaques la relevancia del tema que quieres tratar. Por tus detalles de contacto completos para que puedan ponerse en contacto contigo para confirmar la cita.

Haz un seguimiento de tu carta y utiliza varios canales para obtener una respuesta (puedes llamar a su oficina o enviar un breve correo electrónico). Pero, sé flexible: las agendas de los ministerios suelen ser muy ocupadas y puede que sea difícil encontrar un momento para tu cita. Muestra predisposición para adaptarse a los horarios y necesidades de los miembros del gabinete.

Si te conceden una cita, en la mayoría de los casos, serás atendido por un asesor del ministro o la ministra. ¡No descuides esta oportunidad! Recuerda que un asesor no avanza sin haber obtenido previamente una validación política por encima de él. Así que, ahora que tienes la atención del gabinete, utilízala con criterio y házle conocer tu causa y tus propuestas.

- **Contacto con parlamentarios**

Los parlamentarios son interlocutores esenciales para el éxito de la mayoría de las acciones de incidencia, tanto a nivel nacional como local.

Para obtener una cita con un miembro del Parlamento, ya sea del Congreso de los Diputados o del Senado, debes seguirte de la misma lógica.

- Identificar al Parlamentario: puedes encontrar información sobre los miembros del Parlamento, los grupos parlamentarios a los que pertenecen y sus partidos políticos en el sitio web oficial del Congreso de los Diputados y del Senado.
- Contactar con la Oficina del Parlamentario: puedes encontrar sus direcciones de correo electrónico, números de teléfono y direcciones postales en el sitio web. Para contactar con los grupos parlamentarios, puedes consultar en [esta página](#). Y, para el Senado, [esta](#).
- Escribe una solicitud de cita: en tu carta, explica claramente el propósito de tu contacto y el por qué deseas reunirte con él o ella. Sé específico y destaca la relevancia del tema que quieras tratar.

- Proporciona detalles de contacto para que puedan ponerse en contacto contigo para coordinar la cita. Recuerda ser igual de flexible.

Luego de la reunión, redacta un correo agradeciendo la oportunidad y resumiendo los temas debatidos, las conclusiones a las que llegaron, y tus expectativas, para enviárselas por correo, con el fin de que sirva como documentación y/o soporte para la toma de decisiones del parlamentario.



EJEMPLO #IncidenciaParaElCambio Fundación Lonxanet

Junto con la Fundación Lonxanet, hemos:

- Definido una estrategia de aproximación a los decisores políticos. Fundamentalmente, a la Xunta de Galicia, la Consellería Do Mar y anteriores altos cargos.
- Revisado documentos de entrega a distintos interlocutores clave.
- Diseñado un plan de financiación.

Con ello, nos acercamos a la ex Conselleira de Mar (ahora en el Congreso de los Diputados), cuyo interés nos sirvió para darle una bandera política a la causa y para facilitar la interlocución con su sucesor en la Xunta.

VIA JUDICIAL

LA JURISDICCIÓN CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVA I: LA DEFENSA DE LOS DERECHOS E INTERESES LEGÍTIMOS COLECTIVOS

La jurisdicción contencioso-administrativa, sujeta a Derecho Administrativo, tiene asignado el control de la potestad reglamentaria y de la legalidad de la actuación administrativa. Como tal, se trata de una vía con un importante potencial para la fiscalización de las actuaciones de los poderes públicos por parte de un tercero independiente, esto es, el Poder Judicial.

No obstante, para poder recurrir un reglamento o un acto administrativo, es necesario que el ciudadano o entidad actuante pueda considerarse parte legitimada para ello, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 19.1 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa (en lo sucesivo, "LJCA").

La legitimación no supone mayor dificultad cuando el recurrente es la persona a la que se dirige el acto administrativo (por ejemplo, el sujeto sancionado por una multa de tráfico, que recurre dicha sanción). No obstante, puede presentar mayores dificultades cuando la legitimación se base en la defensa de los derechos e intereses legítimos colectivos, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 19.1.b) de la LCJA, que es el tipo de acción a la que nos referiremos en este apartado.

Sirve para impugnar un amplio abanico de actuaciones de la Administración, e incluso su falta de actuación. En particular, se puede interponer un recurso contencioso-administrativo con los siguientes fines:

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

De acuerdo con el artículo 19.1.b) de la LJCA, pueden utilizarlo las corporaciones, asociaciones, sindicatos y los grupos de afectados, uniones sin personalidad o patrimonios independientes o autónomos, que resulten afectados o estén legalmente habilitados para la defensa de los derechos e intereses legítimos colectivos.

Y en este último inciso reside la clave para poder considerarse parte legitimada, ya que no se acepta un mero interés abstracto por la legalidad, sino que esa capacidad abstracta tiene que concretarse en cada caso, mediante un vínculo o conexión entre la entidad y la pretensión ejercitada, y la existencia de un interés en sentido propio, identificado y específico.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Sirve para impugnar un amplio abanico de actuaciones de la Administración, e incluso su falta de actuación. En particular, se puede interponer un recurso contencioso-administrativo con los siguientes fines:

- Conseguir la anulación de la actuación administrativa o de la disposición impugnada, incluyendo, en su caso, la condena de la Administración a realizar cuanto sea necesario para volver a la situación anterior a la actuación impugnada.
- Denunciar la inactividad de la Administración, lo que sucede cuando incumple la obligación legal que tiene de hacer algo.
- Impugnar la actuación de la administración que constituya vía de hecho, esto es la actuación arbitraria de la misma, por no estar la Administración habilitada para ello o por no actuar conforme al procedimiento que la Administración debería haber seguido.

Además, el recurso contencioso-administrativo puede actuar como vía de acceso para los particulares a (i) las cuestiones prejudiciales ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, relativas a la interpretación del Derecho de la Unión Europea, y (ii) las cuestiones de inconstitucionalidad al Tribunal Constitucional, relativas a la constitucionalidad de las normas que han resultado de aplicación en el acto o disposición objeto del recurso.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

Se trata del instrumento básico que el ordenamiento jurídico pone a disposición de los ciudadanos para el control de la legalidad de las actuaciones de la Administración. De todas formas, cabe destacar que las decisiones políticas no pueden ser objeto de revisión por parte de los tribunales.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

Se trata de un procedimiento complejo, que requiere contar con profesionales cualificados para su interposición. De hecho, de acuerdo con el artículo 23 de la LJCA, es

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

obligatorio contar con un abogado para actuar ante los órganos unipersonales (Juzgados de lo Contencioso-Administrativo y Juzgados Centrales de lo Contencioso-administrativo), y con un procurador y un abogado para actuar ante órganos colegiados (Tribunales Superiores de Justicia, Audiencia Nacional y Tribunal Supremo).

El recurso contencioso-administrativo se inicia mediante la presentación del escrito de interposición dentro del plazo correspondiente. Luego, se desarrolla un procedimiento contradictorio, en el que tanto la parte demandante como la demandada tienen la oportunidad de exponer ante el juez su versión de los hechos y los fundamentos jurídicos en que basan su posición respecto del litigio, lo que incluye la práctica de la correspondiente prueba. Finalizado el procedimiento, el tribunal dictará sentencia que podrá reconocer o no lo solicitado por el ciudadano que decidió acudir a los tribunales.

LA JURISDICCIÓN CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVA II: LA ACCIÓN POPULAR

El artículo 19.1.h) de la misma Ley prevé la denominada "acción popular", esto es, el ejercicio de acciones por parte de personas o entidades que no tengan un interés directo o legítimo en el asunto, en los casos en que una Ley así lo establezca. Este precepto es el reflejo del ejercicio de la acción popular, reconocido en el artículo 125 de la Constitución.

A nivel estatal, podemos destacar:

- La acción pública en materia de urbanismo, que permite a cualquier ciudadano impugnar instrumentos de ordenación territorial y urbanística, y que ha sido ampliamente utilizada en nuestro país para oponerse a desarrollos urbanísticos, en muchos casos con éxito. Se regula, con carácter general, en los artículos 5.f) y 62 del Texto Refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana, aprobado por Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre; sin perjuicio de las regulaciones autonómicas sobre la materia.

- La acción popular en materia de medio ambiente, que permite a ciertas entidades sin ánimo de lucro interponer acciones para su defensa. Se regula, con carácter general, en los artículos 22 y 23 de la Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

- En el caso de la acción pública urbanística, cualquier ciudadano o entidad.
- En el caso de la acción popular en materia de medio ambiente, las personas jurídicas sin ánimo de lucro que acrediten el cumplimiento de los siguientes requisitos: (i) que tengan entre los fines acreditados en sus estatutos la protección del medio ambiente en general o la de alguno de sus elementos en particular; (ii) que se hubieran constituido legalmente al menos dos años antes del ejercicio de la acción y que vengan ejerciendo de modo activo las actividades necesarias para alcanzar los fines previstos en sus estatutos; y (iii) que según sus estatutos desarrollen su actividad en un ámbito territorial que resulte afectado por la actuación, o en su caso, omisión administrativa.

¿PARA QUÉ SIRVE?

La acción pública urbanística permite recurrir ante la jurisdicción contencioso-administrativa los instrumentos de ordenación territorial y urbanística.

La acción popular en materia de medio ambiente permite recurrir ante la jurisdicción contencioso-administrativa los siguientes actos y, en su caso, las omisiones imputables a las autoridades públicas que vulneren las normas relacionadas con: (i) protección de las aguas; (ii) protección contra el ruido; (iii) protección de los suelos; (iv) contaminación atmosférica; (v) ordenación del territorio rural y urbano y utilización de los suelos; (vi) conservación de la naturaleza, (vii) diversidad biológica; (viii) montes y aprovechamientos forestales; (ix) gestión de los residuos; (x) productos (químicos, incluidos los biocidas y los plaguicidas; (xi) biotecnología; (xii) otras emisiones, vertidos y liberación de sustancias en el medio ambiente; (xiii) evaluación de impacto medioambiental; (xiv) acceso a la información, participación pública en la toma de decisiones y acceso a la justicia en materia de medio ambiente; y (xv) aquellas otras materias que establezca la normativa autonómica.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

Se trata de instrumentos de gran utilidad para la defensa del medio ambiente y del desarrollo urbano sostenible.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

De la misma manera que lo explicado en el apartado anterior.

Casos de éxito

Greenpeace, por ejemplo, consiguió el derribo de un hotel de costa en la provincia de Almería.

Además, un particular consiguió la anulación del Plan General de Ordenación Urbana de Santander tras la estimación del recurso presentada por la Asociación para la Defensa de los Recursos Naturales.

EL RECURSO DE AMPARO CONSTITUCIONAL DERIVADO DE UN RECURSO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO

Los ciudadanos tienen acceso al Tribunal Constitucional por la vía del recurso de amparo — regulado en el artículo 44 de la LO 2/1979, de 3 de octubre, del Tribunal Constitucional— que se puede plantear contra decisiones judiciales para denunciar las violaciones de los derechos y libertades susceptibles de amparo constitucional, que tuvieran su origen inmediato y directo en un acto u omisión del órgano judicial correspondiente.

Para interponer el recurso de amparo, se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Que se hayan agotado todos los medios de impugnación previstos por las normas procesales para el caso concreto dentro de la vía judicial, incluyendo la desestimación del incidente de nulidad de actuaciones.
- Que la violación del derecho o libertad sea imputable de modo inmediato y directo a una acción u omisión del órgano judicial.
- Que se haya denunciado formalmente en el proceso, si hubo oportunidad.

¿QUIÉN PUEDE UTILIZAR ESTE MECANISMO?

Quienes hayan sido parte en el proceso judicial.

¿PARA QUÉ SIRVE?

Sirve para denunciar la vulneración de los derechos y libertades reconocidos en los artículos 14 a 29 y 30.2 de la Constitución, que tuvieran su origen inmediato y directo en un acto u omisión de un órgano judicial.

¿POR QUÉ UTILIZARLO?

El recurso de amparo se configura como cauce último de protección de las libertades y derechos fundamentales de los ciudadanos. No obstante, debemos destacar que en torno al 98%-99% de los recursos de amparo se inadmiten actualmente.

¿CÓMO SE PONE EN MARCHA?

El recurso de amparo comienza por la presentación del correspondiente escrito ante el Tribunal Constitucional, en el que se deben exponer con claridad y concisión los hechos que la motivan, y se deben citar aquellos derechos fundamentales y/o libertades públicas que se consideran infringidos. Un elemento esencial del escrito es que debe incluir una justificación sobre la especial trascendencia constitucional del asunto, esto es, por qué su resolución es importante para la interpretación de la Constitución, para su eficacia general o para la determinación del contenido y alcance de los derechos fundamentales.



EJEMPLO #IncidenciaParaElCambio Montes de Socios

Se trata de un proyecto que busca promover un marco normativo específico para los “montes de socios”, un régimen privado de carácter comunitario de tenencia forestal, con el objetivo de revitalizar estas zonas rurales y obtener múltiples retornos.

El régimen actual ha quedado obsoleto y es insuficiente para atender a las necesidades que precisa el proceso de revitalización de estos espacios.

Conscientes de esta necesidad, en 2021, el Congreso de los Diputados había aprobado una Proposición No de Ley, por la que se instaba al Gobierno a abordar de manera integral una normativa. Sin embargo, no llegó a hacerse efectiva por la disolución de las Cortes.

Por lo tanto, junto con la asociación Montes de Socios, redactamos una propuesta electoral para enviar a los diferentes partidos que se presentaron a elecciones exponiendo las motivaciones, el contexto normativo, las necesidades y objetivos, para que incluyan, dentro de su programa, el compromiso por propiciar la habilitación de la Ley de Montes de Socios.

El 4 de junio de este año, se aprobó una moción no vinculante en el Senado, presentada por el Grupo Parlamentario Popular, por la que se insta al Gobierno a analizar la posibilidad de aplicar un régimen tributario específico y favorable a los rendimientos económicos generados por los montes de socios gestionados por junta gestora, destinados a determinados fines.

Rumbo al cambio

Una vez que determines el diseño y las herramientas de tu estrategia de *lobby*, es necesario que consideres otros factores igual de importantes que harán tu caso uno más creíble y realizable:

● Forma tu alianza

Cuanto más diverso y amplio el equipo que formes, mayor será tu alcance y más fácil será captar la atención de los decisores. Así que, sé creativo y piensa abiertamente: involucra a la sociedad civil organizada, al tercer sector, al mundo empresarial y al sector público. Crea alianzas no-convencionales, pero no pierdas de vista la credibilidad y la coherencia. Es importante que, sea quien sea, haya una clara alineación de valores y objetivos.

Crear coaliciones es un buen método para probar nuevas ideas, ver tu causa desde otros puntos de vista y traer distintas competencias y *expertise* a la campaña. Cada miembro aporta algo diferente, así que pueden asumir diferentes responsabilidades. Es ideal, por lo tanto, que las "reglas" estén bien definidas desde un principio.



EJEMPLO #IncidenciaParaElCambio El agua del suelo

"El agua del suelo" es un proyecto que busca facilitar la infiltración de agua a los acuíferos a través del cuidado del suelo, mediante el establecimiento de un circuito de retornos económicos por el valor aportado. Su grupo de trabajo comprende una gran cantidad de organizaciones medioambientales, educativas, filantrópicas, entre otras.

Cuanto más abarcativa sea la alianza, más legitimidad le otorga a la causa, porque da cuenta de que se trata de una demanda colectiva y consensuada.



● **Recauda fondos**

Según el objetivo y las ambiciones de tu plan, es probable que necesites algo de capital inicial o que surjan costes inesperados. Hacer un plan de costes puede ser útil para entender cuánto necesitas.

¿Cómo financiar tu campaña?

- *Crowdfunding*: puedes utilizar alguna plataforma de *fundraising* o alguna dedicada a iniciativas cívicas.
- Recaudación de fondos online o a través de un evento.
- Venta de merchandising de la campaña.

El *lobbying* ciudadano, a diferencia del corporativo, se basa, principalmente, en el trabajo voluntario y en soluciones *low-cost*. En España, hay cada vez más organizaciones que ofrecen asistencia *pro bono*. Por ejemplo, Fundación HazloPosible, la Fundación Pro-Bono España y The Good Lobby España.

Pero no te avergüences de pedir dinero: si crees en lo que haces y sabes cómo vender tu idea, los demás también lo harán.

● **Habla el lenguaje de los responsables políticos**

Como mencionamos antes, el primer paso es identificar y mapear a todos los responsables políticos que puedan tener algo que decir en torno a tu causa.

En un proceso legislativo, debes contactar con la mayor cantidad posible de representantes electos que votarán la proposición y con todos los miembros de las comisiones parlamentarias o ministeriales que se ocupan de ella. En uno administrativo o político, lo mejor es reunirse con actores clave que decidirán sobre el asunto.

Si acepta reunirse contigo, prepárate: es tu oportunidad de que él o ella conozcan tu causa. Evalúa qué información es útil compartir antes de verlos y durante la reunión. Empieza por preguntarte: ¿por qué el interlocutor debería interesarse por lo que estoy diciendo? ¿Qué gana? ¿Quién apoya a quién? ¿Dónde están las resistencias?

En la reunión, ilustra las razones por las que es la persona más idónea para tomar partido. Presenta tu solución, poniendo énfasis en las evidencias y las razones que la sustentan y la muestran como la mejor opción.

¡Aprovecha tu oportunidad al máximo! Sea donde sea la cita, siempre puedes conocer a otras personas muy influyentes, y debes estar listo para hacerles un elevator pitch. En un lapso entre treinta y sesenta segundos (lo que se estima que tarda un ascensor), debes poder contar, de forma persuasiva, los puntos más relevantes de tu propuesta.

● **Haz un seguimiento constante**

Asegúrate de que los objetivos se cumplen haciendo un seguimiento en la implementación. Debes monitorear las acciones del decisor con el que te has reunido y asegurarte de que, ahora que el asunto está en sus manos, proceda como esperas. Pero, no sólo eso: intenta trabajar con él o ella, para poder así tener una influencia real.

● **Respetar las reglas**

En España, se ha aprobado, en el anterior Consejo de Ministros, un anteproyecto de ley de transparencia sobre los grupos de interés en el que se establece un registro de lobbies y un sistema conocido como "huella normativa", que exige que se deje constancia de los cambios introducidos en un texto normativo por la actividad de lobby. Sin embargo, a día de hoy, sigue sin haber una ley que regule la influencia de las organizaciones en la toma de decisiones. De todas formas, se debe respetar la ley en todo momento y llevar adelante la campaña de incidencia de manera ética.

De todos modos, lo bueno es que, como ciudadano o ciudadana, no hay límites para el *advocacy*. Puedes hacer *lobbying* y presionar a tus representantes electos sin atenerte a las reglas que rigen la actividad en otros países, por ejemplo. Como no lo estás haciendo por trabajo, puedes crear tú las reglas.

El *lobbying* es la manera en la que los ciudadanos podemos expresar nuestras preocupaciones, preferencias e intereses, e influir en las decisiones políticas que nos afectan. No hay reglas, pero procura jugar bien, que, haciéndolo, podrás conseguir grandes cosas. Al menos, que hablen de ti.

¿Qué es The Good Lobby?

Es una organización sin ánimos de lucro que busca promover una **mayor igualdad de acceso al poder**, y que persigue mejorar la capacidad de las organizaciones de la sociedad civil y los ciudadanos a la hora de introducir y defender sus inquietudes en la agenda pública. En definitiva, su objetivo es contribuir a **regenerar nuestra democracia**.

La misión de The Good Lobby es acercar a los responsables de la toma de decisiones con la sociedad civil y, en particular, con aquellos que, hasta ahora, no han tenido la oportunidad de ser parte de los debates. De esta manera, al poner sobre la mesa nuevas ideas, **The Good Lobby busca revitalizar las instituciones democráticas**, para que sean **más justas e igualitarias**.

Desde el equipo de The Good Lobby España, nos ponemos al servicio de esos colectivos con o sin voz que no lo tienen tan fácil a la hora de reivindicar su legítimo espacio en la agenda pública. Estamos convencidos de que, capacitando a la sociedad civil en las formas y herramientas de incidencia pública, todos pueden encontrar un lugar en la arena de la política pública para hacerse oír y cambiar las reglas de juego.

El cambio sistémico depende de que te animes.

THE *good* LOBBY

<https://www.thegoodlobby.es/>