

El CaLP es el *Cash Learning Partnership* (el consorcio de Aprendizaje de programas de transferencias en Efectivo) formado por Oxfam GB, Save the Children, la Cruz Roja Británica, Acción Contra el Hambre / ACF International y el Consejo para los Refugiados de Noruega.



www.cashlearning.org

Nota: Este es un documento vivo y siempre estamos dispuestos a oír sus ideas, comentarios y opinión para mejorarlo.

Para más información, o para darnos su opinión, por favor contáctenos: info@cashlearning.org.

CaLP cuenta con el apoyo de ECHO a través de la Federación Internacional de las sociedades Cruz Roja y Media Luna Roja (IFRC).



CASH LEARNING PARTNERSHIP

ABOGANDO POR EL DINERO EN EFECTIVO

GUÍA RÁPIDA PARA LA PROMOCIÓN DE LA
PROGRAMACIÓN DE TRANSFERENCIAS EN EFECTIVO

www.cashlearning.org

ABOGANDO POR EL DINERO EN EFECTIVO:

GUÍA RÁPIDA PARA LA PROMOCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE TRANSFERENCIAS EN EFECTIVO (PTE)

EN ESTA GUÍA:

ABOGAR POR EL DINERO EN EFECTIVO Y LOS VALES	2
ESTRATEGIAS QUE CONVENCEN	4
DISIPANDO TEMORES SOBRE EL USO DE LA PTE	5
MANEJAR ENTORNOS ESCEPTICOS CON EL DINERO EN EFECTIVO.....	8
RECURSOS Y LECTURAS COMPLEMENTARIAS.....	9
APÉNDICE 1: ¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN?.....	9
APÉNDICE 2: ESBOZO DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	10

APÉNDICE 2: ESBOZO DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Contexto: Resumir el contexto en el que está trabajando y esbozar la necesidad de promoción acerca de la programación de transferencias en efectivo.

Objetivo de la Promoción: Una simple declaración resumiendo qué trata de conseguir con su promoción (el panorama general -¡pero sea realista!).

Estrategia de la Promoción: Facilitar una breve visión general de cómo alcanzará este objetivo.

Objetivo Nº: (repita para cada objetivo)

- **Justificación:** ¿Por qué es esto una prioridad?
- **Público diana:** ¿Quiénes son los principales públicos diana?
- **Mensajes:** ¿Cuáles son los mensajes que necesita dejar claros para alcanzar su objetivo? Sea lo más específico posible.
- **Estrategias:** ¿Cómo comunicará sus mensajes a su público diana?
- **Aliados, Oportunidades y Recursos:** ¿Quién puede ayudarle a transmitir estos mensajes o a influir en su público diana? ¿Qué oportunidades podría aprovechar (p.ej. reuniones, eventos, cambios de política) para comunicar sus mensajes de forma potente? ¿Qué recursos están disponibles para ayudarle en esto?
- **Actividades:** ¿Qué actividades llevará a cabo para alcanzar este objetivo?
- **Materiales de apoyo:** ¿Qué materiales compartirá (o desarrollará) para apoyar sus objetivos?

RECURSOS Y LECTURAS COMPLEMENTARIAS:

CaLP (2011) *Communicating CTP to Beneficiaries & Communities*.

Concern Worldwide y Oxfam GB (2011) *Walking the Talk: Cash Transfers and Gender Dynamics*, (Oxfam)

Creti, P. y Jaspers, S (2006) *Cash Transfer Programming in Emergencies*, (Oxfam).

Harvey, P. y Bailey, S (2011) *Good Practice Review 11: Cash Transfer Programming in Emergencies*, (ODI/CaLP).

Sphere Project (2011) *Humanitarian Charter and Minimum Standards in Humanitarian Response*

APÉNDICE I: ¿QUÉ ES LA PROMOCIÓN?

Promoción (*Advocacy*) puede ser ampliamente definida como cualquier comunicación que se lleva a cabo con el fin de influir o cambiar la actitud o comportamiento de otros. La promoción de desarrolla a través de los siguientes pasos clave:

Información > Comprensión > Aceptación > Cambio

En la respuesta humanitaria, la mayor parte de la promoción se hará a través del contacto directo con los decisores clave, y a menudo tomará la forma de presentaciones de sus perspectivas en foros de coordinación y reuniones con grupos diana. En este entorno, puede que a veces solo tenga unos minutos para ser escuchado, así que es importante tener una idea clara de cuales son los objetivos de su promoción, y ser capaz de dar los mensajes de forma clara, concisa y apropiada para su audiencia. El apéndice 2 facilita un ejemplo de formato para desarrollar una estrategia de promoción simple.

ABOGANDO POR EL DINERO EN EFECTIVO

Porque la programación de transferencias en efectivo (PTE – aquí referida a ayudas en efectivo, vales, programas y dinero-por-trabajo) es todavía una forma relativamente nueva de ayudar, los profesionales pueden a menudo encontrarse con que necesitan ser capaces de abogar por el uso de la PTE así como abordar los miedos de las distintas audiencias.

Es importante cuando se aboga por la PTE de fundamentar siempre sus argumentos en los siguientes puntos clave:

- Racional de un contexto específico para la PTE (p.ej. disponibilidad de mercancías en el mercado local);
- Que el efectivo y los vales son únicamente una nueva **herramienta** para proveer asistencia, no nuevas aproximaciones al programa en sí mismas.

ABOGAR POR EL DINERO EN EFECTIVO Y LOS VALES

A continuación algunos puntos que pueden utilizarse para apoyar la elección por la PTE. Recuerde que todos los beneficios indicados abajo dependen de lo apropiado que sea el contexto para una intervención basada en dinero en efectivo.

- **Flexibilidad y elección:** ¡Una talla única no se ajusta a todos! El uso dinero o vales de dinero reconoce que los beneficiarios son quienes están mejor situados para decidir qué necesitan en sus hogares, y les da la flexibilidad de elegir de acuerdo con sus propias y diversas necesidades y prioridades.
- **Dignidad:** Al permitir a los beneficiarios controlar qué bienes y servicios necesitan sus hogares, muchos consideran las transferencias en efectivo más dignas que recibir bienes en especie, y reconoce a los beneficiarios como participantes activos en la provisión del bienestar de sus familias después de un desastre.

- **Empoderamiento:** La disponibilidad de efectivo da a los hogares el sentido de poder restablecido sobre su situación inmediata. Además, existen evidencias de que recibir efectivo puede al menos de forma temporal capacitar a las mujeres dentro del hogar. El acceso a estructuras financieras como cuentas bancarias puede también capacitar a los beneficiarios, en particular a las mujeres, en el largo plazo.
- **Apoyos o revitalización del comercio local:** La inyección de efectivo o el uso de vales de bienes con los comerciantes locales beneficia la recuperación del comercio y de la economía local. El apoyo basado en efectivo para la rehabilitación de los medios de vida puede potencialmente facilitar también un enlace entre la asistencia y la recuperación económica a largo plazo y puede ofrecer la oportunidad para los beneficiarios de incrementar sus ingresos y crear ahorros.
- **Reduce las estrategias de adaptación:** En el mundo moderno, muchos hogares dependen del efectivo en cierta medida. Cuando se da ayuda en especie, los hogares se ven a menudo forzados a buscar efectivo en formas que pueden ser perjudiciales a largo plazo para los hogares, por ejemplo, vender parcelas productivas, o entregar los niños al cuidado de parientes. La evidencia muestra que las transferencias en efectivo reducen las estrategias de adaptación negativas usadas por los beneficiarios.
- **Efecto multiplicador:** Al estimular los mercados locales, las intervenciones basadas en efectivo pueden beneficiar no sólo a los receptores directos del dinero en efectivo. Los comerciantes locales y los proveedores de servicios, trabajadores del transporte y proveedores y transportistas de bienes pueden beneficiarse al tener los hogares dinero para gastar.
- **Eficiencia en tiempo y coste para las agencias y los participantes:** Cuando los bienes están disponibles y son accesibles localmente, las intervenciones basadas en efectivo y vales tiene el potencial de ser más rápidas que traer los suministros de otro país. Cuando los beneficiarios usan los mercados locales, las agencias suprimen también los costes logísticos y de importación. Sin embargo el personal adicional, y los recursos logísticos y de seguridad que se requieren para distribuir efectivo o gestionar un programa de vales deben ser también ponderados.

MANEJAR ENTORNOS ESCEPTICOS CON EL DINERO EN EFECTIVO

En entornos en los que se usa el efectivo por primera vez, existe una Resistencia institucional a las PTE, o allí donde grupos de interés particular son contrarios al efectivo, pueden requerirse grandes niveles de promoción y comunicación en diferentes fases del ciclo del proyecto. Puede ser apropiado empezar con un programa piloto que implique un elevado nivel de monitorización y retroalimentación, y puede generar resultados en un contexto específico que abogará por la ampliación del programa.

Si se usa esta aproximación, es importante identificar de antemano **a quién** tiene que convencer, **qué** clase de evidencia les convencerá, y **cómo** hay que presentar esta evidencia, de modo que usted pueda asegurar que se recoge la información correcta, y que se crea un plan de comunicación para diseminar los resultados.

Puede ser útil apoyar este trabajo identificando los diferentes grupos de personas, o “audiencias” que necesita convencer y desarrollar una lista de sus temores y preocupaciones específicas. Luego, identificar las respuestas más apropiadas, y desarrollar las estrategias de comunicación en consonancia.

Idealmente, empiece por desarrollar una amplia Estrategia de Promoción (ver Apéndice 2) para identificar sus objetivos, público diana y mensajes. Después, para cada diana o grupos de público diana, desarrolle un **plan de mensajes**, incluyendo la siguiente información:

- Audiencia diana
- Principales temores
- Respuestas (mensajes)
- Estrategias o materiales para comunicar las respuestas
- Actividades planificadas
- Otras notas, p.ej. motivaciones, hipótesis, riesgos
- Indicadores de éxito

Temor	Posible respuesta
El efectivo incrementará los riesgos de seguridad del personal y de los beneficiarios	<p>No se puede asumir automáticamente que el efectivo sea más inseguro que la entrega de ayuda en especie. Con todo puede ser más fácil de robar, también es más fácil de ocultar y de entregar más discretamente que la ayuda en especie, y las agencias que han usado exitosamente la PTE en lugares como Afganistán y Somalia</p> <p>Las medidas de mitigación de la seguridad deberían ser identificadas como parte de las evaluaciones de riesgo, y para las ONGs puede incluir el uso de una compañía tercera de seguridad o un banco para la entrega del efectivo, y para los beneficiarios puede incluir emplear métodos discretos tales como los servicios de envío o los teléfonos móviles.</p>
El efectivo creará dependencia en las “entregas”	El problema de la dependencia aplica igualmente a la ayuda en especie, y puede ser paliada de la misma manera. Además, la evidencia sugiere que la PTE puede realmente ayudar a iniciar la recuperación de los medios de vida, promover el ahorro, y reducir la dependencia de la ayuda a largo plazo.
PTE socavará los programas de desarrollo tales como los microcréditos.	Las personas más vulnerables no tienen generalmente acceso al crédito y a los mecanismos de microcrédito, así que cuando se oriente y sociabilice adecuadamente la PTE, no afectará a la programación a largo plazo.
El efectivo creará problemas sociales como la envidia, conflict o violencia.	Una orientación cuidadosa, los enfoques participativos y los flujos informativos en dos direcciones pueden ayudar a reducir el riesgo de envidia social hacia las transferencias de efectivo. La coordinación entre agencias es también importante para garantizar que las tasas de transferencia están armonizadas entre los campos y las comunidades, o que las discrepancias son aceptadas por la comunidad (p.ej. mayor tamaño de la familia).

FUENTES: ‘Cash Transfer Programming in Emergencies’, Oxfam 2006; ‘Good Practice Review 11: Cash Transfer Programming in Emergencies’, ODI/CaLP 2011.

ESTRATEGIAS QUE CONVENCEN

Abogar por el uso de efectivo debería fundamentarse en una evaluación que clarificara las razones en elegir una modalidad en efectivo o vale, y el método de pago. Más allá de esto existen unas pocas estrategias adicionales que pueden ayudar a hacer más convincentes promover el efectivo:

- **Estar preparado:** Llevar cabo una promoción basada en los resultados de las evaluaciones que se hicieron. Estar preparado con evidencias convincentes sobre el por qué el dinero en efectivo es una respuesta apropiada y cómo se implementarán los mecanismos de entrega elegidos.
- **Adaptarse a la audiencia:** Diferentes grupos de personas (audiencias) requieren ser abordadas de diferente manera. Identificar anticipadamente el potencial de problemas específicos para su audiencia y qué tipo de información necesitan. Vea abajo también la sección sobre los temores comunes en relación la PTE.
- **Use ejemplos:** Familiarícese con ejemplos de casos donde la modalidad elegida o el método de pago ha funcionado. Los ejemplos pueden ser incluso más efectivos si provienen del mismo contexto o similar en el que está trabajando, quizás de una emergencia previa o de un país con un entorno similar.
- **Materiales de apoyo:** Considere usar materiales que ilustren como el efectivo o los vales pueden ser una buena respuesta. Adáptelos a su audiencia: donantes o gobiernos pueden quedar impresionados con evidencia de estudios recientes; las comunidades pueden necesitar carteles o folletos que les ayuden a comprender como funcionará el proceso. Un vídeo o fotografías mostrando un proceso similar podrían ser útiles.
- **Use “la evidencia de la investigación sugiere que”:** Cuando sea posible (¡y apropiado para su audiencia!), use la evidencia de la investigación para respaldar sus argumentos y reforzar su presentación.

- **Use los mecanismos de coordinación para la sensibilización de forma regular:** Las comunicaciones y la promoción son tareas continuas. Use (o establezca) los mecanismos de coordinación apropiados para garantizar que todos están al corriente de los nuevos desarrollos.

DISIPANDO TEMORES SOBRE EL USO DE LA PTE

Porque la PTE es todavía una forma relativamente nueva de dar asistencia, pueden abundar los temores sobre ella. Pero, en realidad, los riesgos básicos a los que se enfrenta la PTE no son tan distintos de la ayuda en especie.

El aspecto clave a resaltar es que **las organizaciones deben mitigar el riesgo sobre el efectivo de la misma forma que mitigan riesgos similares en la ayuda en especie:** con una preparación, planificación e implementación cuidadosas.

Los temores más comunes sobre el uso de dinero en efectivo en la ayuda humanitaria, y las respuestas a estos temores, podrían incluir:

Temor	Posible respuesta
Los beneficiarios no gastarán el dinero en efectivo en las cosas “correctas”	<p>La evidencia de la investigación y del monitoreo tras la distribución ha mostrado que cuando las evaluaciones y la orientación son precisas, los beneficiarios usan las transferencias en efectivo para cubrir las necesidades que se pretendían.</p> <p>Cuando esté en línea con los objetivos del programa (p.ej. diversidad nutricional), se pueden establecer formas adicionales de garantizar que los beneficiarios gastarán el efectivo en los bienes deseado, p.ej. usar los vales de mercancías que sólo se pueden cambiar por bienes concretos. Si es necesario, se pueden considerar sanciones para los casos en los que el efectivo es gastado en actividades “antisociales” o ilegales.</p>

Temor	Posible respuesta
El efectivo provocará la inflación de precios	<p>Generalmente la PTE alcanza únicamente una pequeña parte de la economía local y la evidencia muestra que no conduce a la inflación a largo plazo. La inflación a corto plazo será estrechamente monitorizada y cubierta en un plan de contingencia., por ejemplo por medio de la flexibilidad para variar los importes de las transferencias, usando vales de mercancías, o trabajando con los gobiernos para regular los precios básicos.</p>
El efectivo se desviará fácilmente de los beneficiarios	<p>No existe evidencia de que el efectivo sea más propenso que la ayuda en especie a la desviación, la cual es a menudo desviada hacia individuos poderosos o hacia grupos tras su distribución.</p> <p>Dependiendo del importe a transferir, pueden ponerse los controles y las medidas de mitigación apropiados. Estos pueden incluir varios niveles de confirmación, sistemas de monitoreo comunitarios, controles sobre el terreno aleatorios, mecanismos de reclamación, “líneas directas” de denuncia de malos usos, etc.</p>
El efectivo será más propenso a la corrupción y el fraude	<p>De nuevo, no existe evidencia de que el efectivo sea más propenso a la corrupción y al fraude que la ayuda en especie. Al igual que con la ayuda en especie, muchas incidencias de corrupción ocurren durante la fase de orientación / registro, y pueden mitigarse adoptando las medidas adecuadas y suficientes de autenticación de la población objetivo y de los sistemas de monitoreo.</p>
Dar efectivo a una mujer causará problemas dentro del hogar tales como un aumento de la violencia doméstica.	<p>La evidencia de la investigación muestra que la presencia de efectivo en el hogar es en realidad más propensa a reducir la tensión. A corto plazo, dar dinero en efectivo a las mujeres puede aumentar temporalmente el poder de negociación de las mujeres dentro del hogar y dar tanto hombres como a mujeres un sentido aumentado de confianza en la capacidad de las mujeres para manejar las finanzas.</p> <p>Para mitigar el riesgo, es crítico involucrar a los hombres en el diseño del programa y consultas así como a las mujeres, a fin de que comprendan claramente por qué las mujeres están recibiendo las ayudas en efectivo.</p>