



UNIDAD DE VINCULACIÓN
PARA LA TRANSPARENCIA

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

OFICINA DE VINCULACIÓN PARA LA TRANSPARENCIA
Un mecanismo para involucrar a la ciudadanía en el combate
a la corrupción y la promoción de una cultura de transparencia

JUNIO 2004

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

Contenido

- I Marco conceptual
- II Diagnóstico situacional
- III Objetivo de la propuesta
- IV Descripción de la propuesta
- V Acciones propuestas
- VI Retos
- VII Requerimientos
- VIII Beneficios e impacto esperado
- IX Indicadores propuestos para monitoreo de avances

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

I. Marco conceptual

Uno de los más graves problemas de nuestro país es la corrupción. Estudios e investigaciones a nivel nacional e internacional señalan que la corrupción es un problema que ahuyenta la inversión, daña la calidad de los servicios públicos, afecta más a las familias con menos recursos y que, en general, se convierte en un obstáculo para el desarrollo de cualquier país.

México es ahora una sociedad más abierta, participativa y democrática, por lo que se requiere que los gobiernos establezcan canales de comunicación más eficientes con los ciudadanos. Los gobiernos en sus tres órdenes (municipal, estatal y federal), necesitan levantar puentes de comunicación y colaboración con los ciudadanos que sean efectivos en la solución de los problemas sociales.

II. Diagnóstico situacional

Cada vez, gracias a estudios y mediciones realizadas por instituciones académicas, empresas consultoras y organizaciones independientes, conocemos más sobre los enormes costos que genera la corrupción y sobre lo que pierde una sociedad y sus miembros a causa de este problema. Estos costos nos afectan a todos sin excepción, aunque no nos demos cuenta de ello, por lo que abatir la corrupción y promover una sociedad más transparente, es una tarea que nos compete a todos.

a) Los costos de la corrupción

La corrupción genera costos enormes desde el punto de vista económico. Sabemos, gracias a numerosos estudios académicos, que en los países en los que se percibe que hay mucha corrupción el ingreso es menor, la distribución de la riqueza es más injusta, se dejan de recibir inversiones y se crece menos.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

Altos niveles de percepción de corrupción	Relacionados con	<ul style="list-style-type: none">• Bajo ingreso per capita• Mala distribución de la riqueza• Bajos niveles de inversión extranjera• Bajos niveles de crecimiento económico
---	------------------	--

La empresa auditora PricewaterhouseCoopers realizó un cálculo del impacto económico de la corrupción y encontró que la falta de transparencia genera costos que equivalen a un impuesto a la inversión. Por ejemplo, el costo económico de la corrupción para Brasil equivale a un impuesto del 25%, para Chile del 5% y para México del 15%. En ese mismo estudio, se calculó que debido a la falta de transparencia, México dejó de recibir en 2001, más de 8.5 millones de dólares en inversión extranjera directa. Cuando dejamos de recibir inversiones, también perdemos oportunidades de desarrollo, empleos, e ingresos para el gobierno en forma de impuestos, por lo que el monto de lo que perdemos por corrupción es incalculable.

La corrupción hace que se destinen recursos públicos a proyectos que no generan beneficios sociales, mejor conocidos como "elefantes blancos", a costa de las prioridades del desarrollo del municipio, del estado o del país. Los "elefantes blancos" no solamente alejan recursos de las necesidades reales de inversión, sino que con el afán de lucro, se suelen transgredir normas de seguridad y de protección al ambiente, causando pérdidas adicionales para la sociedad y para el ecosistema.

Corrupción	Genera	Promoción de proyectos no prioritarios Evasión fiscal Disminución de la calidad de los servicios públicos
------------	--------	---

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

La corrupción alienta el incumplimiento de las leyes y normas, por lo que crece el fraude, la evasión fiscal y la economía informal. La corrupción también lastima a los sistemas de procuración e impartición de justicia y reduce en general la calidad de los servicios públicos. La corrupción promueve la impunidad y limita la capacidad de los gobiernos para combatirla, creando un círculo vicioso que de no detenerse, puede crecer hasta volverse incontrolable.

Cuando se habla de los costos de la corrupción, no suele tomarse en cuenta que a pesar de que esos costos son pagados por la sociedad entera, afectan especialmente a los más pobres, que son los más vulnerables frente a los abusos; los pobres son también quienes más requieren de servicios públicos como educación y salud, por lo que una disminución en la calidad de estos servicios afecta directamente la posibilidad de progreso.

b) Nuevos paradigmas en el combate a la corrupción

Un fenómeno como la corrupción, que se presenta en todos los ámbitos de la sociedad, no puede ser atacado eficazmente sólo con las acciones del gobierno. Tenemos que unir los esfuerzos de la sociedad y del gobierno en todos los órdenes (federal, estatal y municipal), para poder tener éxito en esta tarea.

Durante muchos años, en México y en otros países de América Latina, las estrategias anticorrupción de los gobiernos se centraron en acumular controles y normas, seguidos de mecanismos correctivos y sanciones para inhibir la corrupción. Con el tiempo, la proliferación de controles se convirtió en un obstáculo para la operación eficiente de los gobiernos y en algunos casos, el exceso de trámites favorecía a la corrupción, en vez de evitarla. Sin renunciar a la aplicación de sanciones y a la vigilancia, los nuevos paradigmas en el combate a la corrupción están orientados a la racionalización de los controles y a privilegiar mecanismos preventivos, ya que es más efectivo y eficiente prevenir que se cometan actos de corrupción, en vez de concentrar todos los esfuerzos en investigar, identificar, sancionar y corregir las faltas, una vez que ya se han presentado. Uno de los ejes fundamentales de la prevención de la corrupción

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

requiere de la participación activa y permanente de la sociedad al lado del gobierno en esta labor.

Combatir la corrupción y promover la transparencia se convierte en un tema fundamental para promover el desarrollo de un país, de una entidad o de un municipio. Las instituciones financieras internacionales y los grandes bancos están concediendo cada vez mayor atención al desempeño de los gobiernos en el combate a la corrupción como un indicador que determina el ambiente para la inversión. Los gobiernos que no obtengan buenos resultados en la promoción de la transparencia no tendrán las mismas oportunidades de competir por fuentes de inversión.

III. Objetivo de la propuesta

Establecimiento de una Oficina de Vinculación con la Sociedad para el combate a la corrupción

Esta propuesta es una guía para gobiernos estatales y municipales comprometidos en establecer una nueva relación con la sociedad para combatir la corrupción y afianzar una cultura de transparencia y respeto a las leyes.

El propósito de una estrategia de vinculación es el de reunir a distintos actores sociales para compartir conocimientos y capacidades en la búsqueda de un fin común y fortalecer la reflexión y el aprendizaje sobre un tema específico.

Involucrar a la sociedad significa, por un lado, hacer conscientes a los ciudadanos del enorme poder que tienen para ayudar a romper un eslabón de la cadena de la corrupción, y por el otro, lograr su participación en la construcción de una cultura de transparencia e integridad y cambiar los referentes culturales y sociales que permiten que la corrupción siga siendo parte de la vida cotidiana de los mexicanos.

IV. Descripción de la propuesta

El trabajo de la Oficina de Vinculación con los ciudadanos consiste en:

- El diseño y estructuración de políticas, para sensibilizar a la sociedad sobre el origen y costos de la corrupción

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

- Impulsar iniciativas y acciones para combatir la corrupción
- Fortalecer los mecanismos de participación ciudadana y desarrollar una cultura democrática de transparencia, integridad y respeto a las leyes.

Para impulsar la participación de la sociedad en el combate a la corrupción y la consolidación de una cultura de transparencia y legalidad, proponemos una estrategia que permite amplificar y multiplicar mensajes y acciones con la ayuda de grupos específicos de la sociedad. Este trabajo está fundado en la difusión de información relativa a los orígenes y causas de la corrupción, en la creación de una conciencia sobre los costos que ésta genera para la sociedad y en el desarrollo y divulgación de herramientas concretas para que los ciudadanos participen en esta tarea.

V. Acciones Propuestas

Las estrategias de vinculación entre gobierno y sociedad ayudan a potenciar las capacidades de los individuos y a ligarlos con las acciones de amplio beneficio social, en este caso, el fortalecimiento de una cultura de transparencia y legalidad y el combate a la corrupción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE UNA ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN

- *Establecer convenios de colaboración con organizaciones de la sociedad para reunir los esfuerzos, los conocimientos y la creatividad de la sociedad y el gobierno para combatir la corrupción y fortalecer en todos los ámbitos una cultura de respeto a las leyes, de integridad y de transparencia.*
- *Compartir y comunicar entre distintos segmentos de la sociedad información, habilidades y conocimientos.*
- *Abrir espacios para la participación de la sociedad y ofrecer a los individuos herramientas para que contribuyan efectivamente a resolver el problema de la corrupción.*
- *Identificar nichos o espacios de oportunidad para generar un impacto social positivo.*

En los convenios de colaboración, el nivel de participación del gobierno dependerá del tema específico de que se trate. En algunos casos, para impulsar

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

un objetivo, es necesario mantenerse involucrado con las organizaciones durante un largo período de tiempo; en otros casos, el gobierno actuará únicamente como facilitador, estableciendo relaciones entre distintas audiencias, proveyendo información, asesorando, etc.

a) Identificación de grupos multiplicadores

Una de las tareas más importantes al momento de diseñar una estrategia de vinculación es la de identificar los grupos de la sociedad a los cuales debemos acercarnos para difundir mejor los mensajes que queremos enviar y generar junto con ellos estrategias de colaboración tendientes a potenciar las acciones para combatir la corrupción y construir una cultura de transparencia y legalidad. En nuestra experiencia, hemos identificado al menos seis audiencias que por sus características, funcionan como multiplicadores de mensajes hacia grupos específicos, pero también identificamos como una audiencia al ciudadano individual, ya que cada uno de nosotros puede hacer mucho para combatir la corrupción en nuestro ámbito de vida.

Algunos de los grupos sociales que pueden ser nuestras audiencias en la estrategia de vinculación son:

- ↪ Empresarios y las organizaciones empresariales
- ↪ Instituciones académicas
- ↪ Organizaciones de la sociedad civil
- ↪ Colegios de profesionistas
- ↪ Actores internacionales
- ↪ Servidores públicos
- ↪ El ciudadano

Empresas y las organizaciones que las representan

La mayor parte de la población económicamente activa de nuestro país trabaja en el sector privado, como empleado o dueño de una empresa familiar. Muchas empresas privadas mantienen una comunicación constante con sus clientes y

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

proveedores, a través de la publicidad y del contacto directo. Esto hace que el potencial de las empresas para comunicar mensajes sea enorme.

La capacidad de convocatoria que tienen las empresas ante sus directivos, empleados, accionistas, socios, proveedores, así como con las organizaciones empresariales de las que son miembros, es también muy importante.

Las organizaciones empresariales por su parte, también cuentan con un gran potencial para comunicar y convocar a las empresas que pertenecen a la organización a tomar acciones concretas encaminadas a combatir la corrupción y afianzar una cultura de transparencia y legalidad.

Instituciones académicas

La corrupción es un fenómeno que presenta causas institucionales y culturales. En todos los casos de éxito para combatir este flagelo en otros países, destaca el esfuerzo en materia de educación y formación en valores, enfocado a jóvenes y niños.

La importancia de las instituciones educativas para difundir y fortalecer valores de integridad y honestidad es extraordinaria. Las instituciones de educación, los colegios, escuelas y universidades, tienen una enorme capacidad para llevar y promover mensajes, ya que cerca de una tercera parte de la población nacional acude a la escuela como estudiante o como profesor. Según datos de INEGI, en el año escolar 2001/2002, el número total de alumnos matriculados en nivel licenciatura en nuestro país fue de 1.8 millones y su formación estuvo a cargo de más de 180 mil profesores en 3,528 escuelas, colegios, institutos y universidades en todo el país.

Además, las universidades e instituciones de educación superior no solamente son lugares en donde se producen y transmiten conocimientos. La convivencia entre estudiantes, el ejemplo de los profesores y la forma en que se organiza administrativamente la institución, así como la manera en que están diseñados sus mecanismos de evaluación y de cumplimiento de las normas son parte muy importante de la formación social y humana del estudiante y de quienes colaboran en la institución.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

Por otro lado, el impacto que tienen los jóvenes en el desarrollo del país también es enorme. Según datos del Consejo Nacional de Población (CONAPO), en México viven más de 20 millones de jóvenes de entre 15 y 24 años. Cada año se incorporan cerca de 2 millones de jóvenes al padrón electoral como nuevos votantes y 11.2 millones de jóvenes en México ya forman parte de la población económicamente activa, por lo que este sector tiene una enorme importancia poblacional y económica para el país.

La importancia de este sector resalta también en los resultados de la Encuesta Nacional de Corrupción y Buen Gobierno que realizó en 2001 la organización Transparencia Mexicana. En ese estudio, se pudo comprobar que en la opinión de los encuestados, la familia y los maestros son quienes tienen mayor credibilidad e impacto social para promover el combate a la corrupción. Esa misma encuesta también mostró que los jefes de hogar jóvenes y con mayor escolaridad son el grupo demográfico más propenso a dar “mordidas” para obtener o facilitar un servicio público. La Encuesta muestra por un lado, que la influencia de los maestros y de las instituciones de educación en la formación de los individuos es fundamental y por el otro, que es precisamente con los jóvenes que tienen estudios superiores con los que hay que hacer un mayor énfasis en la promoción de valores de transparencia, integridad y legalidad.

Por las mismas razones, y para construir esta cultura de valores democráticos desde una edad más temprana, también hemos puesto atención al trabajo que podemos hacer con los niños y niñas por medio de las instituciones académicas y por otras vías. Hemos visto que los niños y niñas son muy receptivos a mensajes en los que se les presentan dilemas éticos, de justicia y de integridad. Fortaleciendo esa percepción podemos sembrar en ellos la semilla de un ciudadano responsable y respetuoso de la ley. La formación en valores con niños y niñas es una apuesta segura para la creación de futuras generaciones de ciudadanos compenetrados en una nueva cultura democrática.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

Organizaciones de la sociedad civil

Los procesos de globalización no solamente han integrado las economías de los países, también han permitido el desarrollo de una sociedad mejor informada, que responde más activamente ante los temas que le afectan. La globalización de las comunicaciones y las nuevas tecnologías de la información hacen que los asuntos que interesan a la sociedad se difundan de manera inmediata, convirtiendo rápidamente las cuestiones de trascendencia local en temas de impacto global y viceversa.

Por otro lado, la ola de democratización que ha recorrido gran parte del mundo (destacadamente el este de Europa y Latinoamérica) en los últimos 25 años, abre mayores posibilidades para la participación de los ciudadanos y de las organizaciones de la sociedad en temas de interés comunitario. Esta mayor atención por los temas de relevancia social, sumada a una mayor capacidad de participación y organización social se aprecia en la formación de organizaciones de la sociedad civil (anteriormente conocidas como organizaciones no gubernamentales) que se han encargado de defender los intereses de los ciudadanos en todo el mundo.

México no ha escapado a estos cambios, los cuales se aprecian en la formación de numerosas organizaciones de la sociedad civil en las que se refleja el interés por construir una comunidad mejor, con una mayor capacidad para resolver sus problemas. Las organizaciones de la sociedad civil, con su vocación y el entusiasmo de sus miembros pueden ser formidables aliados para promover en la sociedad acciones tendientes a combatir la corrupción y promover una cultura de transparencia y legalidad.

Colegios de profesionistas

Los Colegios de Profesionistas son asociaciones civiles no lucrativas formadas por personas de una misma rama profesional interesadas en agruparse para trabajar en beneficio de su gremio. Los Colegios tienen como misión vigilar su ejercicio profesional con objeto de que éste se realice dentro del más alto plano legal y moral; promover la expedición de leyes, reglamentos y sus reformas

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

relativos al ejercicio profesional; y colaborar en la elaboración de planes de estudios profesionales, entre otros.

Como organismos que inciden sobre el desempeño profesional de sus agremiados, los Colegios pueden ser instancias de gran ayuda para impulsar dentro de una misma profesión, acciones orientadas a atacar la corrupción y a promover prácticas profesionales acordes con criterios éticos, de transparencia e integridad.

Medios de comunicación

El papel de los medios de comunicación en el combate a la corrupción y el fortalecimiento de la conciencia pública sobre este problema es fundamental. Los medios de comunicación no solamente advierten a la sociedad sobre las consecuencias de la corrupción; los medios también funcionan como alarmas, denunciando y señalando actos de corrupción mediante sus reportajes e investigaciones.

Además, los medios de comunicación, tanto los escritos, radio, televisión y el cine, naturalmente tienen una capacidad probada para difundir y comunicar mensajes a un amplio espectro de la población, difícilmente alcanzable por otras vías.

Actores internacionales

Otra consecuencia de las tendencias de integración global, son las acciones emprendidas por organismos de cooperación internacional para impulsar diversos temas, entre los que está la promoción de la transparencia y el combate a la corrupción.

Organismos como el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Organización de Estados Americanos (OEA) y muchos otros han desarrollado acciones de cooperación multilateral que subrayan la tendencia a no tolerar la corrupción. El creciente interés en este tema a nivel internacional crea las

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

condiciones ideales para generar acciones conjuntas y buscar la cooperación de estos organismos en el diseño e instrumentación de diversas acciones.

Servidores Públicos

A pesar de que la corrupción no es un problema exclusivo del gobierno, cuando existe corrupción en la administración pública, los costos sociales que ésta genera pueden ser enormes. Cuando hay corrupción en un gobierno, se extiende a toda la sociedad la sensación de que es válido romper las reglas y que podemos sacar provecho de nuestra situación dentro de una organización, lo cual va deteriorando el sentido de solidaridad social indispensable para sentar las bases del desarrollo de un país.

El servidor público es la esencia todo gobierno; es al mismo tiempo un medio y un fin. Es el encargado de diseñar, operar y ofrecer directamente los servicios del gobierno. Pero también requiere de atención para mejorar sus condiciones de trabajo y perfeccionar su desempeño profesional. Los servidores públicos, por las responsabilidades que desempeñan y por el efecto que tiene su trabajo sobre el bienestar social, son una audiencia fundamental, a la que es importante acercarse para impulsar acciones de impacto social en el combate a la corrupción y en la consolidación de un servicio público transparente.

El ciudadano

El objetivo fundamental de toda estrategia de vinculación es alcanzar a los ciudadanos y de manera más general, a las personas, pues también están los niños y jóvenes que todavía no alcanzan la mayoría de edad. A pesar de que los grupos multiplicadores ya mencionados tienen en su conjunto una capacidad muy grande de llevar y transmitir mensajes, es importante también crear mecanismos directos de vinculación con el individuo.

b) Pasos para establecer un plan de vinculación

Tomando como objetivo general de nuestra estrategia el de fortalecer la cultura de transparencia y legalidad mediante convenios y acciones coordinadas con

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

sectores clave de la sociedad, los pasos para establecer un plan de vinculación son:

- a) *Determinar los objetivos de la estrategia*
- b) *Hacer una lista de las audiencias clave*
- c) *Generar bases de datos*
- d) *Armonizar intereses*
- e) *Aprovechar el camino recorrido*
- f) *Diseñar una página de Internet*
- g) *Ser específicos*
- h) *Ser congruentes*
- i) *Dar seguimiento constante a los acuerdos*

Determinar los objetivos de la estrategia

Buscamos que los resultados se puedan medir y que generen un auténtico impacto en la sociedad. Cada uno de los parámetros que utilicemos para medir el éxito en nuestras estrategias tiene que estar relacionado con el logro de los objetivos generales.

Hacer una lista de las audiencias clave

Nuestras audiencias clave son aquellas que pueden tener un interés particular en contribuir al logro de nuestro objetivo o bien, que por sus características tengan potencial para ayudarnos a cumplir con nuestros objetivos. Se trata de identificar todas las formas en las que la organización puede apoyarnos en la promoción de valores de transparencia y legalidad.

Generar bases de datos

Con los nombres, direcciones, teléfonos, correos electrónicos, etc. de los grupos, organizaciones o audiencias clave con las que queremos vincularnos.

Armonizar intereses

Debemos tener siempre en mente que una estrategia de vinculación supone armonizar intereses comunes. Es fundamental que al momento de acercarnos a una organización hagamos un buen trabajo para sensibilizar a nuestras audiencias sobre la importancia de participar. La vinculación es una relación de

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

intercambio; involucra dar y recibir. Nosotros debemos ser los primeros en establecer el contacto, ofrecer asesoría, ayuda e información, antes de buscar o solicitar que otros se involucren.

Aprovechar el camino recorrido

Es muy probable que ya exista un trabajo anterior de vinculación en otras áreas del gobierno. Es importante aprovechar el camino andado y no duplicar el trabajo y empezar de cero.

Diseñar una página de Internet

Es muy importante contar con una página de Internet o bien, un micro sitio dentro de nuestra página institucional con los datos, información y recursos adecuados para establecer un diálogo con distintas audiencias de la sociedad. La página debe ser fácil de consultar, actualizada constantemente y con información interesante para los usuarios.

Ser específicos

Debemos evitar la dispersión cuando hablemos con nuestras audiencias. ¿Qué es lo que queremos conseguir? ¿Cómo lo pensamos lograr? ¿Cómo podemos colaborar juntos? ¿Cómo medimos nuestros avances? ¿Cómo compartimos las responsabilidades?

Ser congruentes

Las acciones de colaboración que propongamos deben ser congruentes con las actividades y naturaleza de la organización o audiencia a la que queremos vincularnos.

Dar seguimiento constante a los acuerdos

Debemos revisar periódicamente las actividades de los acuerdos y convenios para darles un nuevo impulso y modificarlas a la luz de la experiencia o de nuevas circunstancias. En caso de que las acciones originalmente contempladas en el convenio no rindan los frutos deseados, habrá que sustituirlas por otras que generen mejores resultados.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

c) Acuerdos y convenios de colaboración

Los acuerdos y convenios de colaboración son una de las estrategias más importantes para impulsar la participación de la sociedad en el combate a la corrupción. Cada acuerdo o convenio se elabora de acuerdo a la capacidad, las características y los intereses de quienes participan en su firma, por lo que representa una estrategia hecha a la medida de nuestras audiencias. Son compromisos escritos y firmados, por lo que se facilita el establecimiento de tareas muy claras de ambas partes y sirven de piedra fundacional para cimentar una relación de cooperación fructífera entre la sociedad y el gobierno.

Al establecer obligaciones claras e identificables, la firma de un acuerdo o convenio nos permite medir el grado de cumplimiento de los compromisos, evaluar su éxito o bien, nos orientan para tomar decisiones sobre la necesidad de modificar, ampliar o limitar los compromisos establecidos. Lo más importante es evaluar cuáles son las áreas de oportunidad y la utilidad concreta de cada convenio o acuerdo.

La consolidación de un convenio o acuerdo de colaboración involucra varios pasos. En primer lugar, identificar un “socio” o contraparte. Lo que buscamos es encontrar, en los distintos segmentos de la sociedad, a un grupo que pueda tener un interés específico en promover una cultura de transparencia y legalidad, así como el combate a la corrupción. En la primera parte de este documento revisamos algunos de los costos que este problema genera a la sociedad y que es necesario que comuniquemos para crear un ambiente propicio para la colaboración con grupos sociales. Si logramos comunicar eficazmente que la corrupción es un problema que involucra a todos los integrantes de la sociedad y que todos debemos participar en su solución, descubriremos que será más fácil encontrar “socios”.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

CONVENIOS DE COLABORACION

1. *Encontrar un "socio"*
2. *Identificar temas de interés común*
3. *Establecer compromisos*
4. *Firmar el convenio*
5. *Dar seguimiento a los compromisos*
6. *Hacer una revisión anual*

En segundo lugar, es importante que identifiquemos cuáles son los temas que vamos a proponer a nuestro "socio" para integrarlos como compromisos en el convenio. Tenemos que tomar en cuenta el ámbito de acción del grupo con el que queremos firmar el convenio; sus intereses y preocupaciones y pensar cómo podemos colaborar con ellos en el ámbito de la promoción de la transparencia y el combate a la corrupción.

En tercer lugar, tiene que iniciarse una etapa de diálogo para establecer los compromisos que estarán incluidos en el convenio. Esta es la parte medular del proceso, ya que de los compromisos establecidos en el documento se desprenderán las acciones que se desarrollarán en conjunto. Estos compromisos tienen que tomar en cuenta el ámbito de acción de la organización con la que se suscribe el convenio, así como sus capacidades y alcances; por parte del gobierno, debemos tomar en cuenta las facultades legales con que contamos y la capacidad para cumplir con los puntos del convenio. Todos los convenios son voluntarios y tienen como base la buena voluntad y la intención de participar de nuestras audiencias, por lo que el trabajo de convencimiento y sensibilización es crucial.

Es necesario abandonar la visión de que este tipo de convenios entre el gobierno y la sociedad sólo son oportunidades para tomarse una fotografía y hablar de buenas intenciones. Tenemos que poner manos a la obra y convertir la voluntad sincera de participar que tienen muchas organizaciones en acciones concretas en las que las capacidades de ambas partes se refuercen mutuamente para beneficio de la sociedad.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

La firma del convenio puede o no ser un acto público. Es un tema que habrá que dialogar con las organizaciones con el fin de que el interés de ambas partes coincida. En algunos casos existirá interés por difundir y dar a conocer la firma del convenio; en otros, tal vez sea más conveniente mantener un bajo perfil y celebrar la firma en un acto cerrado. En cualquier caso, sin embargo, es necesario dar a conocer públicamente los resultados y avances en las acciones que deriven del convenio.

Una vez que se han establecido los compromisos y existe un convenio firmado, viene la parte más difícil del proceso, que es la de darle seguimiento a los compromisos establecidos, tanto a los que nos corresponde cumplir a nosotros como a los que les toca ejecutar a las organizaciones.

Para mantener nuestros convenios vivos y funcionando, es necesario organizar una agenda con reuniones periódicas con los representantes de las organizaciones, cada tres meses, por ejemplo, o con mayor frecuencia, si existe un proyecto específico en puerta. Cada avance o compromiso no cumplido tiene que registrarse para revisar qué es lo que sí funciona y qué aspectos pueden ser mejorados.

Al cumplirse un año de la firma de cada convenio, es recomendable hacer una revisión general; examinar el convenio a la luz de lo que fue su instrumentación y proponer nuevas acciones que permitan fortalecer y elevar los resultados.

Es importante reiterar que la firma de convenios es una forma muy efectiva de establecer estrategias conjuntas de vinculación y colaboración con otras organizaciones pero no es la única. También es posible trabajar temas específicos con muchas organizaciones sin haber establecido un convenio previo, por lo que nuestro trabajo de vinculación no debe estar sujeto exclusivamente a ellos.

d) Paquetes

Una forma de contar con un conjunto de actividades o un menú de propuestas que podemos presentar a las distintas audiencias con las cuales establecemos una relación es preparar “paquetes” dirigidos a cada una de ellas.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

Un “paquete” es un conjunto de acciones orientadas a involucrar a determinada organización o audiencia en la promoción de la transparencia y el abatimiento de la corrupción. Un “paquete” no es necesariamente un conjunto de documentos. También puede incluir una serie de acciones específicas a desarrollar por una audiencia determinada para impulsar los objetivos de la estrategia de vinculación.

La idea central detrás de los “paquetes” es que este conjunto de documentos y de acciones sirva como una especie de menú de opciones o punto de partida para presentarle a nuestras audiencias una propuesta de participación adecuada a sus capacidades, necesidades e intereses.

Por ejemplo, podemos preparar “paquetes” dirigidos a empresas u organizaciones empresariales; para instituciones académicas; para otras oficinas de gobierno; para organizaciones de la sociedad civil, etc.

Brevemente, un “paquete” puede consistir de un folleto con información útil y sugerencias de acciones concretas para combatir la corrupción en el ámbito de función de nuestra audiencia. Acompañando a este documento, podemos diseñar talleres y cursos (presenciales, virtuales, a distancia), conferencias y reconocimientos públicos para estimular y premiar esfuerzos y otras acciones específicas.

e) Elaboración de materiales de difusión

Otra forma de contar con elementos y recursos que podamos ofrecer a las organizaciones como una forma de colaborar con nosotros, es elaborar materiales de divulgación en los que exponamos los mensajes y la información que queremos dar a conocer para que las organizaciones con las que hemos establecido relación nos ayuden a difundirlos entre sus respectivas audiencias. Estos materiales pueden ser desde folletos o trípticos hasta cortometrajes filmados. Aquí la imaginación y los recursos con los que contemos son los límites.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

VI. Retos

Los nuevos retos que la sociedad mexicana se plantea hacia el futuro tienen que enfrentarse con soluciones que sumen las capacidades e impulso del gobierno y la creatividad y entusiasmo de la sociedad, para afianzar los cambios que queremos consolidar y sumar el esfuerzo de cada uno para construir el México al que aspiramos. Si trabajamos unidos, gobierno y sociedad podemos multiplicar nuestra capacidad de construir un mejor país. Los invitamos a participar en este esfuerzo.

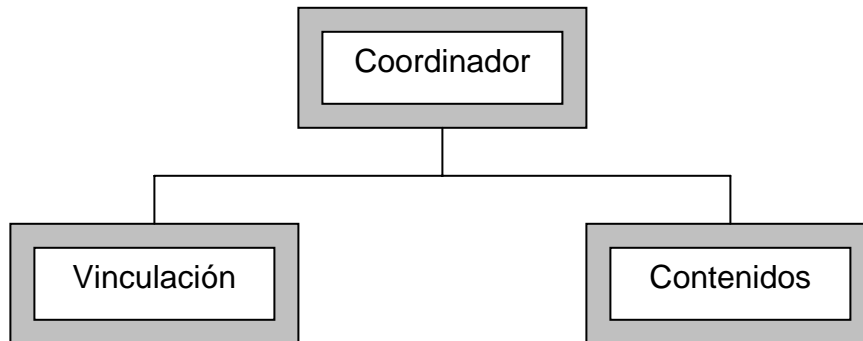
VII. Requerimientos

Para el establecimiento de una Oficina de Vinculación con la Sociedad para el combate a la corrupción y la promoción de la transparencia se requiere establecer claramente sus funciones principales:

- Concertar, promover y dar seguimiento a acuerdos con organismos representativos de la sociedad en materia de transparencia y combate a la corrupción.
- Diseñar y difundir materiales informativos, formativos y de sensibilización para contribuir a generar una cultura de transparencia e integridad.
- Establecer y dar seguimiento a las relaciones institucionales con organizaciones de la sociedad y otros órdenes de gobierno en los temas de promoción de la transparencia.

La estructura ideal de una Oficina de Vinculación para la Transparencia requiere de un coordinador que será el responsable de la operación de la oficina y dos personas de apoyo, una encargada de promover y dar seguimiento a convenios de colaboración y otra persona dedicada a la preparación, difusión y distribución del contenido de materiales, documentos y del diseño de acciones ciudadanas para promover la transparencia. Sin embargo, todas estas funciones también pueden ser desarrolladas por una persona de acuerdo a las características y posibilidades de la administración que la implemente.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA



El objetivo de la parte de vinculación es desarrollar acciones tendientes a fortalecer la cultura de transparencia y legalidad, impulsando la participación de la sociedad, así como de las diversas instituciones públicas y privadas nacionales en los objetivos y programas de la Secretaría en materia de transparencia y combate a la corrupción. Esta parte también conduce la suscripción de acuerdos y convenios con distintas organizaciones de la sociedad, con el fin de sumar esfuerzos en el combate a la corrupción.

La parte de contenidos coordina la producción de materiales y documentos de difusión e información sobre temas relacionados con el impulso a la transparencia. Estos documentos y materiales son herramientas fundamentales para transmitir mensajes y proponer acciones concretas de vinculación y de fortalecimiento de la cultura de legalidad, integridad y transparencia a distintos grupos de la sociedad.

La Unidad de Vinculación de Transparencia de la Secretaría de la Función Pública cuenta con un programa de asesoría para el establecimiento de este tipo de oficinas en los órdenes estatal y municipal.

PRIMERA CONVENCION NACIONAL HACENDARIA

VIII. Beneficios e impacto esperado

Impulsar la transparencia y el combate a la corrupción dentro y fuera de los gobiernos se traduce en beneficios concretos para las administraciones estatales y municipales. Entre esos beneficios podemos mencionar:

- Involucrar a la ciudadanía en la construcción de una cultura de integridad y transparencia
- Recuperar la confianza de los ciudadanos en sus instituciones y respeto a sus autoridades
- Fortalecer la relación gobierno-sociedad

IX. Indicadores propuestos para monitoreo de avances

Difusión de campañas y estrategias de sensibilización y formación en la construcción de una cultura de transparencia y combate a la corrupción:

- Número de campañas
- Número de personas a las que llegan las campañas
- Número de convenios operando