



# Relaciones con el Congreso

---

# Complicaciones políticas

---

- Beneficiario es el estado (la “gente” no percibe directamente el beneficio)
  - Los “perdedores” tienen capacidad de hacerse oír y los “ganadores” son muchos que ganan muy poquito como para tomarse el trabajo de hacerse oír
  - Alto costo político para los implementadores (frutos del cambio no serán cosechados por los que introducen la reforma) o para los políticos que deben aprobar la reforma
-

---

# Como hacer que una buena política pública avance?

---

- Análisis de los actores
    - Políticos, altos funcionarios, burócratas vinculados al tema, académicos del tema, ONGs del tema, potenciales beneficiarios y perjudicados, **“multilaterales”**
  - Análisis de la agenda:
    - Por cuáles temas es que la opinión pública está presionando?
-

---

## Análisis de la agenda: Modelo de las 3 P's

---

- Política pública: solución técnica adecuada para mejorar la gestión pública
  - Política: alineamiento de fuerzas políticas para abordar el problema
  - Problema: la ciudadanía en general es consciente de la existencia del problema y quiere que éste se resuelva
-

---

# Política pública

---

- Debe ser solución al “problema”
  - Debe percibirse como la mejor solución (subjetividad política)
  - Debe haber disponible alternativas para evitar que se cierre la ventana de oportunidad
  - Análisis de perdedores y ganadores debe ser claro
-

---

# La arena política: ¿El Ejecutivo propone el Congreso dispone?

---

- No necesariamente:
    - El ejecutivo tiene más capacidad de madurar los temas ante la opinión pública (en especial el presidente)
    - El ejecutivo puede “observar” leyes
    - El ejecutivo puede retrasar implementaciones por razones técnicas (e.g. falta de presupuesto)
-

---

# . Lecciones aprendidas para relacionarnos con el Congreso

---

- Dar inicio a los planteamientos con un equipo técnico, sólido capaz de dar respuesta a todas las inquietudes y cuestionamientos.
  - Los equipos técnicos deben ser interdisciplinarios e incluir a personas con distintos puntos de vista sobre los temas a discutir.
  - La prensa deber ser aliada, es imprescindible convocarlos y convencerlos .
  - La fundamentación de la propuesta tiene que mostrar claramente a los políticos las ganancias que se pueden obtener.
  - La función de comunicación es muy importante. Y permanente
  - Designar enlace permanente
  - Mapeo de actores claves
  - Transparencia
  - Todos los grupos políticos son importantes
-

---

# La teoría del Public Choice (i)

---

- Principios económicos trasladados al análisis político. James Buchanan: demostró la “racionalidad” política de las decisiones (Nobel)
  - Políticos maximizan futuros votos
  - Maximización de futuros votos no es maximización costo-beneficio en términos económicos

---

## La teoría del Public Choice (ii)

---

- Horizonte electoral: se prioriza lo que tiene
    - claros beneficios/costos difíciles de conocer
    - beneficios inmediatos/costos diferidos
  - Regla de la mayoría (a diferencia de lo que ocurre en el mercado, en política no se mide la intensidad de las preferencias)
  - Impacto de los grupos de interés. Cuando son pocos los beneficiados/perjudicados pero el monto afectado es alto se organiza presión (lobby, burócratas). Los intereses muy atomizados no se organizan pues beneficio marginal es pequeño
-