

PROYECTO ELECCIONES 2001
ESTUDIO DE CASO

Overseas Development Institute (ODI)

Lima, Mayo 2011

Proyecto Elecciones 2011

Fin: Fortalecer la capacidad de propuesta programática de los partidos políticos y el desarrollo de mejores políticas públicas en el próximo gobierno

Objetivo General	Contribuir a que el debate electoral incorpore propuestas de políticas públicas en temas claves para el desarrollo nacional.
Objetivo Específico 1	Generar espacios de discusión e intercambio entre los equipos técnicos de los partidos políticos y la comunidad académica sobre propuestas de política en temas claves para el desarrollo nacional
Objetivo Específico 2	Brindar a los medios de comunicación y líderes de opinión de Lima y siete regiones del país información sobre temas claves promovidos por el CIES en el contexto electoral 2011
Objetivo Específico 3	Generar espacios de debate en temas claves para el desarrollo del país entre los candidatos presidenciales participantes en el proceso electoral 2011

1. Objetivos. Estudio de caso

- Documentar el proceso del Proyecto Elecciones 2011.
- Identificar y analizar la teoría de cambio que sostiene al proyecto (pertinencia y coherencia).
- Analizar la eficiencia (inputs, actividades), efectividad (outcome, propósito) del proyecto.
- Evaluar el diseño y la implementación de la estrategia de comunicación e incidencia.
- Identificar lecciones aprendidas y buenas prácticas relevantes para proyectos similares a nivel nacional e internacional.

2. Metodología seleccionada

- Theory-based evaluation (DFID)
- RAPPID Outcome Mapping Approach

Racionalidad:

- Fijar la atención en las valoraciones sobre el proyecto y en los cambios de comportamiento, discurso, contenido y actitud que han sido generados.
- Útil para proyectos cortos: no se busca medir impacto en políticas específicas.
- Enfocado en lecciones y aprendizaje.

3. Etapas de la investigación

- Gabinete: sobre el proyecto y sobre experiencias similares en el Perú y la región.
- Aplicación de instrumentos: entrevistas, encuesta virtual, observación y focus groups.
- Stakeholders involucrados:
 - Equipo CIES
 - Partidos Políticos
 - Investigadores
 - Líderes de opinión
 - Donantes
 - Aliados estratégicos
 - Periodistas

4. Productos y difusión

Productos:

- Reporte (inglés y español), incluyendo recomendaciones para réplicas.

Difusión:

- CD CIES
- Red de asociados del CIES
- Redes ODI.
- 2 debates virtuales y artículo – foro EBPDN.
- Reunión Anual EBPDN.

5. Contacto

- Norma Correa: ncorrea@pucp.edu.pe
- María Amelia Trigoso: mamelia31@yahoo.com