



## Campaña Más Mujeres, Más Política de Colombia

La Campaña persigue la visibilización, incidencia y articulación de esfuerzos para contribuir al incremento de la presencia de mujeres, y de su representación de intereses y agendas de género, en el ámbito político. Se ha constituido como espacio con capacidad de articular los intereses de los múltiples interlocutores implicados en el proceso de mejora de dicha participación política: políticos, partidos, medios de comunicación, opinión pública y organizaciones de mujeres. Ha logrado mantener el mensaje de la necesidad de incrementar la participación y representación de intereses de las mujeres en el ámbito político. Promueve la adopción de iniciativas legislativas y medidas que fomenten la participación de las mujeres en política, tanto en términos de inclusión, cómo de representación. Acompaña a los partidos y movimientos políticos para que garanticen y susciten la igualdad de mujeres y hombres en sus colectividades, así como a las organizaciones y movimiento de mujeres para que establezca mecanismos efectivos de comunicación y coordinación con mujeres con cargos en el poder, y con entidades públicas y partidos políticos.

### **Necesidades:**

La poca representación de las mujeres en la esfera pública. ☐ La ausencia del enfoque de género en la implementación de proyectos políticos. ☐ La necesidad de disminuir la tolerancia de los bajos niveles de participación de las mujeres en partidos políticos, y en el sistema político general.

### **Precondiciones:**

Voluntad política y acuerdo entre socios. ☐ Un contexto de reforma política y reorganización de las diferentes fuerzas partidistas que genere un ambiente de debate público respecto de las condiciones del sistema político y electoral. ☐ Aplicación del tercer Objetivo de Desarrollo del Milenio en Colombia, que incluye: "incrementar por encima del 30% la participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público". ☐ Un equipo al frente de la experiencia con puntos focales en cada entidad implicada.

### **Logros:**

Un Ranking de inclusión de las mujeres en los partidos políticos. A partir del mismo se acompaña a los partidos en un plan para avanzar hacia la igualdad al interior de los mismos. ☐ Una Mesa interpartidaria de género. Creada en 2008, en ella participan al menos dos delegadas/os por cada uno de los partidos y representantes de otras entidades interesadas en apoyar la participación de las mujeres en la política: tales como la Consejería Presidencial para la equidad de la mujer, UNIFEM, AECID y ASDI, entre otras. ☐ Producción y visibilización de información sobre la situación de la participación política de las mujeres: Web y Blog de la Campaña, documentos divulgativos, elaboración de herramientas etc. ☐ Establecimiento de alianzas con organizaciones y entidades relacionadas con el tema de género y participación política, tanto nacionales como internacionales. ☐ Capacitación a mujeres candidatas.

### **¿Cómo se logró?:**

Constituyendo un escenario que genere valor agregado sobre la base del pluralismo y la neutralidad. ☐ Liderando un espacio de articulación de entidades y esfuerzos internacionales, globales o regionales, relacionados con el tema: iKnow Politics, cuotas, emily's list, GPI, BID, América Latina Genera etc. ☐ Con mecanismos de articulación de acciones de la cooperación internacional y de actores nacionales (Mesa y Ranking). ☐ Con uso y generación de fuentes de información: estadísticas, publicaciones, estudios etc.

### **¿Quiénes lo hicieron posible?:**

La Federación Colombiana de Municipios (FCM), la Federación Nacional de Concejos (FENACON), la Corporación Sisma Mujer, la Agencia de Cooperación Técnica Alemana (GTZ), la Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo en Colombia (AECID), la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), la Friedrich Ebert Stiftung en Colombia (FESCOL), el Fondo de Desarrollo de Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), el Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (NDI), IDEA Internacional y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

### **Fortalezas y debilidades:**

**FORTALEZAS:** ☐ Interinstitucionalidad. Estrategias con partidos políticos y organismos internacionales de cooperación. ☐ Compilación de fuentes de información.

**DEBILIDADES:** ☐ Dificultades de coordinación de agendas e intereses de los socios. ☐ Trabas burocráticas. ☐ Fragilidad de la estrategia con organizaciones de mujeres. ☐ Despliegue local de la Campaña. ☐ El trabajo escaso con los medios de comunicación. ☐ Poca participación del movimiento de mujeres.

### ¿Qué aprendimos?:

El uso de la coordinación y de alianzas que permiten sumar esfuerzos y evitar duplicidades, enviando a los actores políticos y a la opinión pública un mensaje contundente y relevante. ☑ La importancia de visibilizar información sobre la situación de la participación política de las mujeres. La efectividad del Ranking para el trabajo con los partidos políticos. ☑ El valor de Mesa interpartidaria de género cómo un escenario para dar relevancia y consistencia al tema.