



**Campaña de HomeNet International por el Convenio 177 y
el trabajo decente
Manual para campaña y acciones de incidencia**

MÓDULO DOS

CÓMO CONSTRUIR LA CAMPAÑA NACIONAL

Antes de iniciar tu campaña o revisar su planificación, es importante evaluar el contexto nacional. Debes responder preguntas sobre la situación política, económica, organizativa y legal del país. Debes identificar a las personas responsables de la toma de decisiones, a las aliadas y los aliados, y evaluar las fortalezas y debilidades de tu propia organización. Este módulo ofrece ideas y actividades sobre cómo realizar tus evaluaciones para desarrollar objetivos y propuestas de campaña claros.



Módulo dos

Cómo construir la campaña nacional



En este módulo abordaremos los siguientes temas:

- Pasos preparatorios necesarios para la construcción de la campaña.
- Ideas y herramientas prácticas para evaluar el terreno de campaña en el ámbito nacional.

¿A quién está dirigido?

- Organizaciones afiliadas que requieran evaluar o reevaluar el terreno de campaña en su país, con el fin de optimizar el desarrollo de sus estrategias de campaña e incidencia.

1. Antes de comenzar, estos son los pasos de una campaña

Entender las campañas

Al emprender una campaña, el propósito fundamental es lograr un cambio que sea significativo para las personas que integran la organización, con el potencial de mejorar sus condiciones laborales. Se intenta persuadir a quienes tienen poder de decisión para que adopten medidas en relación con el tema de la campaña. Además, se busca modificar actitudes y opiniones. Para ello, resulta necesario implementar una variedad de actividades cuidadosamente planificadas y coordinadas.

Las campañas deben contar con uno o varios objetivos claramente definidos, deben ser realistas y ejecutarse dentro de un período de tiempo definido. HNI ha decidido que la campaña global se desarrollará durante un período de cuatro años (2023-2027). En el ámbito nacional, la campaña puede comenzar y terminar en momentos ligeramente diferentes, siempre que se lleve a cabo dentro de dicho marco de tiempo general.

Diez pasos para organizar una campaña exitosa

A continuación, se presentan algunos pasos esenciales para la organización de campañas. Estos pueden seguirse en su totalidad o de manera parcial. También se puede modificar el orden de los pasos según las circunstancias específicas. En algunos casos, será necesario retomar un paso anterior y repetirlo. Las campañas rara vez siguen un patrón lineal.

- **Paso 1:** Identificar y analizar la problemática y el contexto del país.

- **Paso 2:** Identificar a las personas responsables de la toma de decisiones y determinar su poder (destinatarias de la campaña).

- **Paso 3:** Identificar aliadas y aliados, y su posible influencia

- **Paso 4:** Revisar el panorama jurídico y normativo, así como las brechas existentes.

- **Paso 5:** Realizar una evaluación organizacional (fortalezas y debilidades).

- **Paso 6:** Acordar propósitos, objetivos y propuestas (revisión).

- **Paso 7:** Diseñar la estrategia y las tácticas de la campaña.

- **Paso 8:** Preparar e implementar un plan con las actividades correspondientes.

- **Paso 9:** Revisar continuamente el avance (monitoreo).

- **Paso 10:** Cerrar, evaluar y planificar los próximos pasos.

Liderazgo y coordinación

Los y las líderes desempeñan un rol crucial en la campaña. Sin personas líderes comprometidas, fuertes, trabajadoras e inspiradoras, el avance de la campaña se verá comprometido. Es indispensable trabajar de manera conjunta con un **Comité Coordinador de la Campaña (CCC)**, cuya conformación debe realizarse en las etapas iniciales. El CCC debe estar compuesto por personas que cuenten con disponibilidad de tiempo y demuestren compromiso. Si se trata de una organización nacional, resulta fundamental contar con representación de diferentes regiones.

Rol del Comité Coordinador de la Campaña (CCC)

- Planificación y preparación en detalle.
- Investigación y recopilación de información.
- Coordinación de actividades.
- Informe a los y las líderes y a la membresía e intercambio de opiniones.
- Fortalecimiento de capacidades, educación y movilización de la membresía.
- Actividades internas y externas con medios de comunicación.
- Revisión del progreso y propuesta de cambios.
- Liderazgo de la campaña de evaluación.

2. Evaluar el contexto del país

Es imprescindible trasladar la campaña del plano global al local. ¿Cómo se aplican en tu país los problemas, objetivos y estrategias identificados en la campaña global? La mayoría de ustedes ya ha realizado un análisis inicial de la situación nacional y ha optado por una ruta de campaña (véase el Módulo uno).

Al profundizar en el análisis, obtendrás nuevos datos, descubrirás aspectos imprevistos y podrás ver la realidad desde otras perspectivas. Esto puede conducirte a la formulación de nuevos objetivos. Luego, desarrollarás propuestas claras de cambio y definirás una estrategia y tácticas detalladas.

Herramientas de evaluación

A continuación, se presentan algunas herramientas que facilitarán la realización del análisis. Es fundamental recordar que cuanto mayor sea la participación de los y las líderes y de la membresía en las actividades preparatorias, más fuerte será la campaña.

Nuestro contexto: un análisis situacional

Es importante considerar los factores contextuales que pueden afectar la viabilidad de llevar adelante una campaña exitosa. ¿Qué se debe considerar al planificar las actividades de incidencia y otras acciones? Además, es fundamental tener claro cuál es el problema central de la campaña y cuáles son los cambios necesarios.

Un diagrama o cuadro puede ser una herramienta útil para identificar los factores clave del contexto nacional que podrían dificultar o facilitar el desarrollo de la campaña. Si se cuenta con un análisis previo, se recomienda revisarlo, dado que la situación política y las políticas públicas pueden cambiar rápidamente.

A continuación, se presenta un ejemplo de análisis situacional, que puede elaborarse colectivamente utilizando tarjetas o diagramas.

Lección: la situación política del país puede favorecer u obstaculizar el desarrollo de la campaña

- **Bulgaria** tenía un gobierno favorable cuando se ratificó el C177 en 2009, pero desde entonces el gobierno cambió. El nuevo gobierno se niega a implementar plenamente las disposiciones del C177.

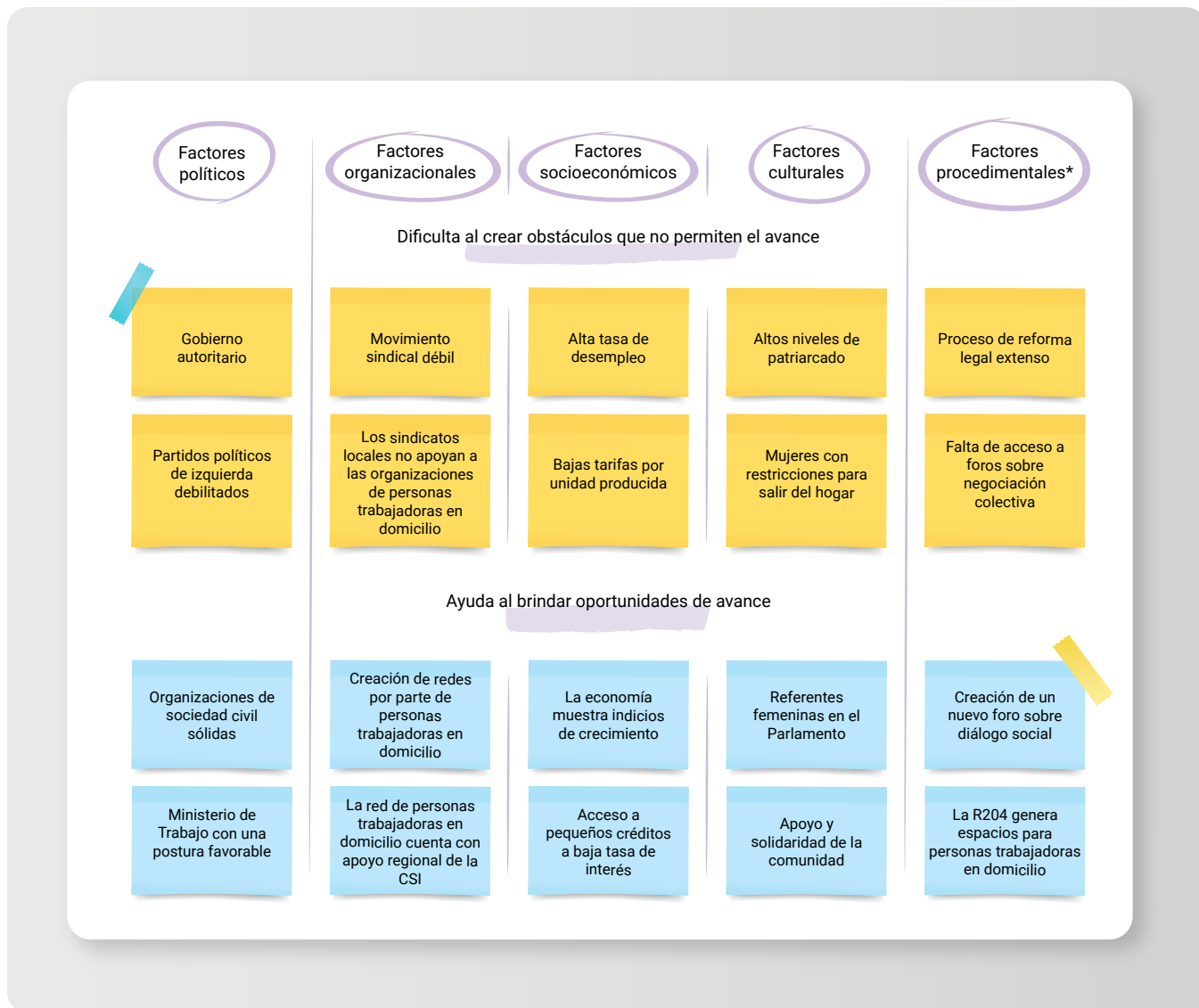
Ejemplo de análisis situacional

Problemática: Las personas trabajadoras en domicilio no son reconocidas como trabajadoras y no cuentan con derechos o protecciones laborales.

Preguntas aplicables a tu país:

¿Qué factores pueden brindar oportunidades favorables para la campaña?

¿Qué obstáculos o barreras podrían perjudicar a la campaña?



* Debajo se presentan las herramientas para la evaluación del marco jurídico y normativo para las personas trabajadoras en domicilio.

Herramientas para la evaluación del marco jurídico y normativo

Dado que esta campaña trata sobre la promoción de cambios jurídicos y normativos, el análisis debe tener un enfoque especial en la identificación y evaluación de las leyes y políticas que se desean modificar. En primera instancia, se recomienda leer el *Módulo cuatro: Marco jurídico y normativo*. Posteriormente, será necesario que averigües cómo funciona el sistema legal en tu país mediante la respuesta a las siguientes preguntas básicas: ¿Qué tipo de sistema legal existe? ¿En qué nivel se elaboran las leyes y políticas relevantes? ¿Qué tipos de instrumentos legales están disponibles, por ejemplo, leyes, políticas, acuerdos? A continuación, se presentan dos listas de verificación que facilitarán la guía de los debates y propuestas.

Lista de verificación del marco jurídico y normativo número 1 – Convenio 177 y leyes nacionales

Compara los artículos del C177 con el marco jurídico vigente del país. Así podrás identificar las brechas existentes. Este análisis es de suma importancia si la campaña aboga por la ratificación del C177 y la reforma de la legislación laboral. Puedes utilizar las siguientes preguntas rectoras como guía para la evaluación.

Preguntas rectoras	Artículo del C177	Disposiciones en la legislación nacional	Brechas identificadas/ Comentarios
<p>1. Definición de trabajo en domicilio y persona empleadora</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿La definición incluye el domicilio o el lugar elegido por la persona trabajadora en domicilio subcontratada (distinto al lugar de trabajo de la persona empleadora)? • ¿Se considera como persona empleadora a quien contrata directa o indirectamente a personas trabajadoras en domicilio subcontratadas? 			
<p>2. Salarios y tarifas por pieza</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe la igualdad de trato entre las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas y otras personas asalariadas? • ¿Son iguales las tarifas por pieza o los salarios que reciben las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas en comparación con otras personas asalariadas, como personas trabajadoras en fábricas? 			
<p>3. Formación de organizaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Se reconoce el derecho de las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas a formar organizaciones de su elección? • ¿Tienen derecho a la negociación colectiva? 			
<p>4. Protección social legal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Están obligadas las personas empleadoras a contribuir a la seguridad social? 			
<p>5. Protección por maternidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuentan las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas con protección por maternidad? • ¿Existe igualdad de trato entre las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas y otras personas trabajadoras? 			

Preguntas rectoras	Artículo del C177	Disposiciones en la legislación nacional	Brechas identificadas/ Comentarios
6. Estadísticas <ul style="list-style-type: none"> • ¿Están incluidas las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas en las estadísticas laborales? 			
7. Derecho a inspección <ul style="list-style-type: none"> • ¿Tienen las autoridades de inspección laboral derecho a inspeccionar el lugar de trabajo de las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas o de sus personas empleadoras? 			
8. Mecanismos de reparación y sanciones <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen mecanismos de reparación para las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas en caso de que se incumplan leyes y regulaciones? • ¿Se incluyen sanciones? 			

Lista de verificación del marco jurídico y normativo número 2 – Desarrollo del marco de políticas nacionales

Las siguientes preguntas rectoras te servirán como ayuda para redactar propuestas de políticas o directrices para las personas trabajadoras en domicilio, o acuerdos con las personas empleadoras. Estas preguntas se basan principalmente en la Recomendación 184 y las políticas nacionales.

Tema	Preguntas rectoras	Personas destinatarias
Relación entre persona empleadora y empleada	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se definen los domicilios u otros lugares elegidos por las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas (distinto del lugar de trabajo de la persona empleadora) como lugares de trabajo? • ¿Se define a las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas como empleadas? • ¿Existen mecanismos para establecer una relación entre la persona empleada y empleadora? 	Personas trabajadoras en domicilio subcontratadas
Salarios y condiciones laborales	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Reciben las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas una remuneración similar a la de otras personas trabajadoras? • ¿Reciben las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas su salario de manera regular? • ¿Existen límites en la jornada laboral? • ¿Tienen derecho las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas a licencias? 	Personas trabajadoras en domicilio subcontratadas

Tema	Preguntas rectoras	Personas destinatarias
Derecho a organización y a negociación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Pueden las personas trabajadoras en domicilio formar una organización de su elección? • ¿Existen obstáculos para la organización? • ¿Forman parte las organizaciones de personas trabajadoras en domicilio de los procesos de negociación colectiva? 	Todas las personas trabajadoras en domicilio
Seguridad y salud en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Están las personas empleadoras obligadas a proporcionar equipos de protección y brindar información sobre seguridad y salud en el trabajo (SST)? • ¿Son responsables las personas empleadoras si ocurre un problema relacionado con la SST o una lesión? • ¿Tienen las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas derecho a suspender su trabajo en caso de peligro? • ¿Están traducidas las directrices o normativas? 	<p>Personas trabajadoras en domicilio subcontratadas</p> <p>La política podría incluir alguna disposición para personas trabajadoras en domicilio</p>
Seguridad social (protección social)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Deben contribuir las personas empleadoras de personas trabajadoras en domicilio subcontratadas a la seguridad social? • ¿Todas las personas trabajadoras en domicilio tienen acceso a la protección social? • ¿Es fácil acceder a la seguridad/protección social? 	Personas trabajadoras en domicilio subcontratadas y personas trabajadoras en domicilio autoempleadas
Aplicación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe el derecho a inspeccionar los lugares de trabajo? • ¿Existe el derecho a solicitar información y emitir citaciones? 	Personas trabajadoras en domicilio subcontratadas
Mecanismos de resolución de conflictos	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Quién puede ser considerado responsable por quejas o falta de pago a las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas? • ¿Es accesible? • ¿Es costoso? • ¿Quién puede representar a las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas? 	Todas las personas trabajadoras en domicilio
Programas de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El gobierno facilita el acceso a crédito, vivienda, capacitación, cuidado infantil? • ¿Proporciona centros de redes para personas trabajadoras en domicilio? • ¿La información está disponible en los idiomas locales? 	Todas las personas trabajadoras en domicilio
Registros y estadísticas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Las personas empleadoras de las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas deben llevar registros? • ¿El trabajo en domicilio y el lugar de trabajo están incluidos en las estadísticas oficiales? 	Todas las personas trabajadoras en domicilio

Mapeo del terreno: actores y aliados

Identificar a los actores y partes interesadas clave en relación con las personas trabajadoras en domicilio constituye un paso fundamental en la planificación de una campaña. Es necesario que conozcas a las personas responsables de la toma de decisiones que tienen el poder de modificar las leyes y políticas que afectan a las personas trabajadoras en domicilio. También es importante que identifiques a quienes pueden influir en dichas decisiones, así como a quienes se opondrán a las propuestas que se formulen y a quienes las respaldarán y colaborarán contigo: tus aliadas y aliados. A continuación, se presentan dos herramientas de mapeo que te servirán de ayuda para definir los objetivos y aliados de la campaña.

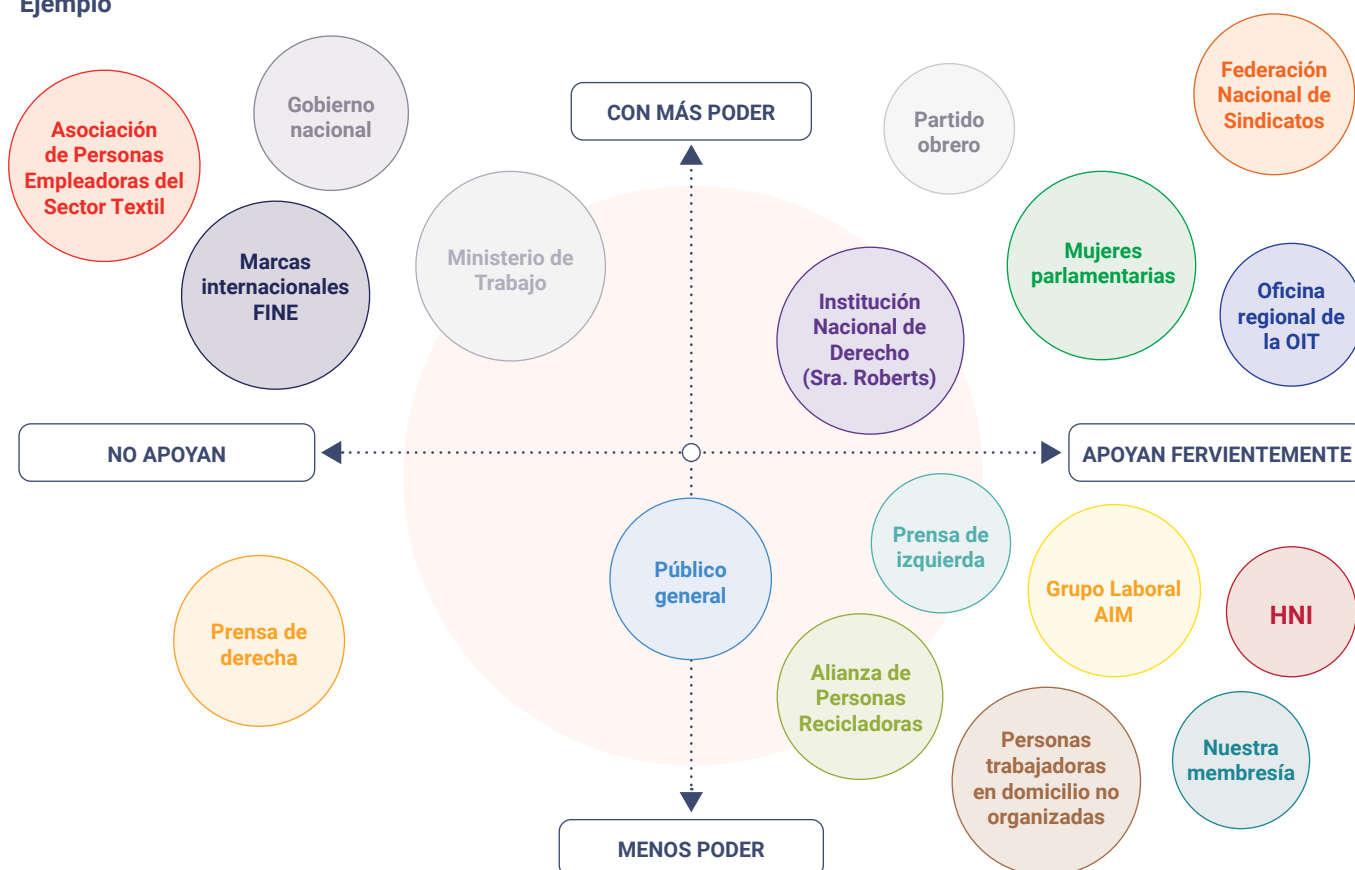
Herramienta de mapeo número 1 – Identificación de los actores

Se debe elaborar una lista de los principales actores o partes interesadas en relación con las personas trabajadoras en domicilio. Esta actividad puede realizarse de forma colectiva: cada participante puede escribir en una nota adhesiva o tarjeta uno o varios actores o partes interesadas.

Herramienta de mapeo número 2 – Mapa de poder

Una vez que se haya llegado a un acuerdo sobre cuáles son los actores clave, se deben colocar las notas adhesivas o tarjetas en el mapa de poder que se presenta a continuación. Deben ubicarse según el grado de poder o influencia que dichos actores tengan en relación con los objetivos de la campaña. Si son actores poderosos y es probable que apoyen la campaña, colócalos en el cuadrante superior derecho. Si son influyentes, pero es probable que se opongan, ubícalos en el cuadrante superior izquierdo. Si tienen menor poder, pero apoyan la campaña, colócalos en el cuadrante inferior derecho. Si es poco probable que brinden su apoyo, ubícalos en el cuadrante inferior izquierdo.

Ejemplo





Edna Simão, de Osasco, Brasil, crea muñecas hechas a mano y diversas manualidades en su casa, que también funciona como su taller. Crédito de la foto: Eduardo Derrico/HNI

Ahora deberías tener una imagen más clara de los actores clave a los que deseas influir e involucrar, así como con quiénes construir alianzas. ¿Quién es nuestro principal objetivo de campaña? ¿Quién toma las decisiones? En el **ejemplo del mapa de poder presentado anteriormente**, podría tratarse del Ministro de Trabajo. Un objetivo secundario podría ser la Asociación de Personas Empleadoras del Sector Textil. Es importante que identifiques a las aliadas y los aliados potenciales, es decir, aquellas personas que pueden tener una influencia significativa en el tema y a quienes podrías persuadir para que colaboren activamente contigo. Podría ser, por ejemplo, la Federación Nacional de Sindicatos. También existen quienes podrían apoyarte, pero no participar directamente en la campaña, como el Grupo de Apoyo Laboral AIM en el ejemplo citado.



La presidenta de HNI, Josephine "Olive" Parilla se reunió en octubre de 2024 con el honorable Sr. Pipat Ratchakitprakarn, Ministro de Trabajo de Tailandia. En este encuentro, abordaron el apoyo fundamental a la iniciativa de HomeNet de Tailandia y HomeNet Internacional para la protección de las personas trabajadoras en domicilio, con el objetivo de que Tailandia se convierta en el primer país de Asia en ratificar el C177 de la OIT.

Personas responsables de la toma de decisiones



El Comité Ejecutivo de HNI presente en la reunión con el Ministro de Trabajo de Tailandia, en octubre de 2024.

Es fundamental que dirijas tus esfuerzos hacia las personas tomadoras de decisiones adecuadas. Para ello, será necesario que profundices en la identificación precisa de a quién dirigir la campaña y dónde: el nivel de gobierno; el departamento y su estructura; quiénes son las personas de contacto y cómo comunicarse con ellas; y el tipo de personal con el que probablemente tendrás interacción. También es importante que conozcas quiénes podrían oponerse a la causa dentro del departamento. Quizás cuentes con un contacto que te apoye y que pueda influir en funcionarias o funcionarios de alto poder. Cuanto más información tengas sobre la(s) persona(s) objetivo de la campaña, más eficaz será.

Grupos aliados y partidarios

Es necesario reunir el mayor apoyo posible. Para ello, requerirás acción solidaria, una voz más fuerte, investigación, acceso a foros institucionales establecidos, fortalecimiento de capacidades para la membresía y recursos adicionales, entre otros. Debes identificar a quienes tienen una fuerte influencia sobre las personas responsables de la toma de decisiones o quienes pueden aportar recursos que complementen los propios. ¿Quiénes son las personas más propensas a colaborar estrechamente contigo y quiénes brindarán un apoyo menos activo?

Público

La opinión pública es un factor que puede ser influenciado y que puede contribuir a ejercer presión sobre los objetivos de la campaña. Cambiar la narrativa (la forma en que se perciben y analizan las cosas) requiere métodos continuos y creativos para comunicar la situación de las personas trabajadoras en domicilio y sus propuestas de cambio.

Membresía

La membresía debe estar bien informada mediante su participación en actividades preparatorias, de desarrollo de capacidades y movilización. Nunca olvides que la membresía es la base de tu poder y la razón fundamental de la campaña. Al concluir la campaña, el objetivo es contar con líderes y membresías empoderadas, así como con una organización fortalecida.

Lección: ¡Organízate! Construye una base sólida y activa

- Las personas trabajadoras de **Pakistán** necesitaban una voz unificada para presentar sus demandas. Se organizaron y formaron sindicatos de personas trabajadoras en domicilio. Posteriormente, se unieron para crear una federación, la HBWWF.

Su organización: fortalezas y debilidades

Para lograr una campaña exitosa, es necesario comprender las fortalezas y debilidades de tu propia organización. Si analizas tus debilidades antes de iniciar la campaña, podrás tomar medidas para corregir la situación y liderar desde tus fortalezas.

Lista de verificación de la organización – Fortalezas y debilidades

Enumera todas las fortalezas de tu organización y luego clasifícalas en orden de importancia para la campaña, siendo el número 1 la más importante y el número 10 la menos importante.

Ejemplo

Nuestras fortalezas	Importancia
Personas líderes comprometidas	2
Equipo de medios sólido	3
Oficinas limpias	10
Etc.	

Ahora, toma las tres o cuatro fortalezas más importantes y analiza la siguiente pregunta: *¿Cómo se pueden aprovechar y fortalecer estas capacidades para la campaña?*

Enumera todas las debilidades de tu organización que puedan tener un impacto en la campaña y numéralas según su importancia, siguiendo el mismo criterio mencionado anteriormente.

Ejemplo

Nuestras debilidades	Importancia
Membresía no informada	1
Personas líderes ocupadas	3
Carencia de contactos gubernamentales	6
Etc.	

Ahora, toma las tres o cuatro debilidades que más afectarán la campaña y analiza la siguiente pregunta:
¿Cuál es la mejor forma de superar estas debilidades de modo que no afecten la campaña de manera negativa?

Cubrir las brechas

A esta altura, ya habrás reunido una gran cantidad de información. ¿Qué se sabe? ¿Qué información falta? Resume la información con la que cuentas e identifica las brechas. En caso de ser necesario, deberás llevar a cabo investigaciones adicionales para obtener más información. Cubre las brechas.

Metas y objetivos

Ahora es momento de revisar y desarrollar, o modificar, las metas y los objetivos de la campaña, lo cual incluye los objetivos internos de la organización. Toma en consideración los objetivos de la campaña global y la ruta seleccionada para la campaña de tu país. Incorpora la información recabada en tus evaluaciones.

Se debe ser realista en cuanto a lo que se espera lograr y utilizar la campaña para fortalecer la organización y empoderar a la membresía.

3. Tus propuestas

Asegúrate de elaborar propuestas claras con la participación de la membresía. Utiliza el Convenio 177 y la Recomendación 184 como ayuda para su formulación. Puedes indicar que tus propuestas ya están contempladas en el derecho internacional (C177) o en directrices (R184) para darles legitimidad y fortalecer tus argumentos. Asimismo, se pueden incluir ejemplos de otros países.

Tu propuesta dependerá de tu enfoque general y de tus objetivos. Podría ser integral, por ejemplo, una propuesta para la ratificación del C177 y los cambios legislativos correspondientes para las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas. O bien, podrías optar por concentrarte en un aspecto específico de la política, como una propuesta para garantizar el acceso a la atención sanitaria para todas las personas trabajadoras en domicilio.

También se pueden considerar ideas nuevas e innovadoras adaptadas a situaciones recientes. En los módulos cuatro y cinco se brinda información e ideas que pueden ser de ayuda para la redacción de propuestas detalladas.

Tus propuestas constituirán la base de tu labor de diálogo e incidencia con las personas responsables de la toma de decisiones. Además, la membresía y las organizaciones aliadas pueden utilizar las propuestas en sus actividades de incidencia y desarrollo de capacidades. Asimismo, las propuestas servirán de insumo para elaborar mensajes dirigidos a distintas audiencias, incluida la ciudadanía.

Lección: Las propuestas deben ser pertinentes para la situación de las personas trabajadoras en domicilio

- **Argentina:** La UTEP y la Federación de Costureros, Indumentaria y Textiles constataron que los hogares familiares no podían cumplir con las normativas municipales aplicables a los lugares de trabajo. Organizaron a las personas trabajadoras en cooperativas y espacios colectivos. Propusieron una nueva ley que respaldara la organización colectiva y los espacios de trabajo. No obstante, dicha propuesta no ha sido adoptada.

¡Ahora estás en condiciones de desarrollar tus estrategias y tácticas!

Recursos útiles

Apéndice uno del conjunto completo del Manual para campaña y acciones de incidencia: Texto completo del Convenio 177.

Apéndice dos del conjunto completo del Manual para campaña y acciones de incidencia: Texto completo de la Recomendación 184.

Amnistía Internacional (2018). *Body Politics* [Manual de campaña]

<https://www.amnesty.org/en/wp-content/uploads/2021/05/POL4077642018ENGLISH.pdf>

HomeNet del Sur de Asia y Global Labour Institute (2012). *Promoting the ILO Home Work Convention (C177) and the Rights of Homeworkers. A Manual for Workers' Educators and Facilitators (Promover el Convenio C177 de la OIT y los derechos de las personas trabajadoras en domicilio subcontratadas. Manual para educadoras, educadores y facilitadores sindicales)*

https://www.wiego.org/sites/default/files/resources/files/HNSA_GLI_Promoting_ILO_Convention_C177.pdf

Federación Internacional de Trabajadores del Transporte. *Developing Strategic Campaigns. An ITF Manual for Trade Union Activists, Educators and Organizers (Desarrollo de campañas estratégicas. Manual de la ITF para activistas, formadores y organizadores sindicales)*

https://www.itfglobal.org/sites/default/files/node/resources/files/Strategic_campaigns.pdf



www.homenetinternational.org

