FUNDACIÓN
TRANSFORMA
ESPAÑA

Decálogo de un programa electoral

- Serie de Decálogos de la Fundación Transforma España -

El Decálogo: una propuesta para otorgar mayor relevancia al programa electoral y sensibilizar a la sociedad de su importancia y utilidad

Dirección y coordinación del Decálogo
Reyes Escolano Mena (Fundación Transforma España)
Alberto Giner Gómez (Everis)

PRESENTACIÓN

La Fundación Transforma España tiene la misión de identificar los principales retos que afronta el país y ofrecer recomendaciones que permitan ir avanzando en el desarrollo del mismo. La elaboración del «Decálogo de un Programa Electoral» inicia una serie de decálogos que tienen como objeto reflexionar, desde y con la sociedad civil, sobre temas relevantes de actualidad política, social y económica.

La razón de la elaboración del Decálogo

Uno de los objetivos de la sociedad española es avanzar en el desarrollo democrático, mejorando el funcionamiento de los procesos e instituciones que la conforman. El proceso electoral y sus elecciones se configuran como una fase crítica y de especial relevancia dentro de nuestra sociedad democrática. Es el momento en el que los ciudadanos forman la opinión y valoran las diferentes alternativas de gobierno, otorgando la confianza a unos representantes políticos que deben de velar en un futuro por sus intereses.

Los programas electorales constituyen un componente esencial dentro de este proceso, ya que en ellos los partidos políticos explicitan el proyecto político global, en forma de promesas electorales, que proponen para dar respuesta a las demandas sociales. Son un elemento, por tanto, que establece los compromisos futuros de gobierno y el fundamento en el que se basa la confianza de la ciudadanía en los partidos.

En la actualidad, los programas electorales no son estrictamente considerados como vinculantes por los ciudadanos dentro de la etapa electoral. La ciudadanía desconfía de las promesas electorales, así como de su posterior cumplimiento por parte de los partidos políticos. Por todo ello, la elección política responde más a la ideología que representa un partido y a la credibilidad que suscitan los líderes de las diferentes candidaturas. En este sentido, son pocos los ciudadanos que reconocen haber leído un programa antes de ejercer su derecho al voto.

Sin embargo, los programas electorales deberían ser documentos de gran valor social ya que establecen el marco de decisión y actuación sobre el que se ejercerá la futura acción de gobierno, permitiendo prever el tipo de políticas, de prioridades y de gasto público a desarrollar en los próximos años. Por otra parte, los programas electorales ostentan una legitimidad social única al haber sido respaldados por la voluntad popular en el marco de unas elecciones democráticas y, por lo tanto, son un elemento facilitador para afrontar reformas e implantar las medidas propuestas en fase de gobierno.

Por todo ello, la Fundación Transforma España considera que el programa electoral debe ser un instrumento de gran relevancia, tanto para la ciudadanía como para los partidos políticos. El Decálogo nace como una propuesta para otorgar la atención y entidad necesaria a un documento desatendido tradicionalmente, y sensibilizar a la sociedad de su importancia y utilidad.

El Decálogo y el momento actual

El Decálogo surge en un momento social en el que la crisis económica, la corrupción política y las promesas sociales incumplidas han generado una situación de descrédito, desconfianza y desafección de la sociedad española hacia los partidos políticos, las instituciones públicas y la clase política.

Esta situación de alejamiento está teniendo un impacto directo en la confianza de la ciudadanía en el proceso de representación política. Existe una percepción social de que los programas electorales incorporan promesas para satisfacer los deseos de los electores, sin considerar suficientemente la viabilidad potencial de las mismas. Las experiencias recientes demuestran que la retórica utilizada en el proceso electoral se aleja posteriormente de la realidad de gobierno, generando una pérdida de credibilidad y confianza de los ciudadanos.

En este contexto es donde la sociedad civil, en sus diferentes formas de organización, debe de sugerir iniciativas para reconfigurarla relación entre la ciudadanía y las instituciones y partidos políticos de nuestro sistema democrático. La Fundación Transforma España entiende que el programa electoral puede ser un elemento relevante y válido de generación de confianza en la sociedad.

El Decálogo y su finalidad

El **Decálogo** tiene como objetivo principal **establecer** unos **principios de recomendación** sobre el **contenido de un programa electoral, y** aportar la visión sobre los **elementos vertebradores** que deben ser considerados **en su elaboración para incrementar la credibilidad, solvencia, calidad y comprensión de los mismos,** facilitando que los ciudadanos puedan valorar las diferentes alternativas de gobierno.

En este sentido, el Decálogo incorpora un conjunto de elementos que pretenden servir de **referencia para el diseño de la estructura de cualquier programa electoral, independientemente de la ideología** y de los compromisos políticos que se definan en los mismos. Todo ello, respetando la libertad de los partidos políticos de conformar el programa electoral según su propio criterio y visión.

No es objeto de este Decálogo generar opinión sobre las medidas ideológicas de contenido político de un programa electoral. La riqueza del debate electoral radica en la diversidad de medidas que se proponen por los partidos políticos en los diferentes programas electorales.

El proceso de elaboración del Decálogo

La elaboración del Decálogo se ha cimentado sobre la contribución de las opiniones, visiones y propuestas por parte de un conjunto de expertos seleccionados de la sociedad civil y referentes académicos a nivel nacional e internacional. Todos ellos pertenecientes a temáticas relevantes para el diseño de un programa electoral. Igualmente, se ha realizado una investigación cualitativa de programas electorales, nacionales e internacionales, y de documentación de referencia en ciencia política: literatura, informes, artículos de prensa, publicaciones e iniciativas web.

Por último, mencionar que la síntesis y consolidación de la opinión de los expertos incluye, como punto medio de encuentro, aspectos distantes e incluso contrarios a lo expresado por algunos participantes.

Eduardo Serra Rexach
Presidente de la Fundación Transforma España

Un Decálogo pensado para incrementar la credibilidad, calidad y solvencia de los programas electorales, y facilitar la valoración de las diferentes alternativas de gobierno

DECÁLOGO DE UN PROGRAMA ELECTORAL

1 El programa debería explicar de manera **clara, concisa y sencilla la visión ideológica** (principios y valores), y las **prioridades** que los partidos políticos van a considerar en los diferentes ámbitos de **gobierno. «El Proyecto Político de construcción».**

2 El programa debería ser una **guía realista, consistente y orientada a la futura acción de gobierno,** que contenga las **políticas y medidas propuestas** con información suficiente para que la ciudadanía valore la adecuación, viabilidad y credibilidad de las mismas.

3 El programa debería contener la **cuantificación económica** de las principales medidas electorales que impliquen gasto o inversión pública, y explicar el **cuadro de financiación previsto** para garantizar su ejecución.

4 El programa debería identificar y explicar las **principales reformas constitucionales, institucionales y legales, «La Agenda Legislativa»,** que son necesarias para implementar el conjunto de políticas y medidas propuestas.

5 El programa debería incorporar **los principios de conducta ética** y las **medidas de lucha contra la corrupción** que se proponen aplicar a los cargos públicos, identificándose los **mecanismos propuestos** para garantizar su cumplimiento.

6 El programa debería explicar las **propuestas** sobre la **organización institucional,** y de la **estructura y gestión del gobierno y Administración Pública,** así como la estrategia de selección y requerimientos de los cargos públicos en función política.

7 El programa debería contemplar la **política de rendición de cuentas a la ciudadanía,** estableciendo los procesos para la evaluación de su grado de cumplimiento, y la explicación de las modificaciones y adecuaciones realizadas sobre el mismo. Esta **política** debería aplicarse **también** a los **partidos políticos en la oposición.**

8 El programa debería de estar **abierto** a la **participación** de la **sociedad en su fase de elaboración,** garantizando la escucha estructurada de los diferentes sectores sociales. Igualmente, podría ser recomendable la **evaluación** de los **programas electorales** por **expertos reconocidos e independientes.**

9 El programa debería contemplar **diferentes formatos y canales** para hacerlo accesible y comprensible a los diferentes colectivos de la sociedad. **La dimensión digital del Programa** facilitará el acceso a diferentes niveles de información de las políticas y medidas electorales.

10 El programa debería ser difundido potenciando la **generación de contenidos e información de utilidad en la sociedad,** facilitando el contraste entre las propuestas de los diferentes partidos y **evitando argumentos y discursos demagógicos.**

El programa electoral, objetivos y contenidos básicos

1 El programa debería explicar de manera **clara, concisa y sencilla** la **visión ideológica** (principios y valores), y las **prioridades** que los partidos políticos van a considerar en los diferentes ámbitos **de gobierno. «El Proyecto Político de construcción».**

La explicación de la visión ideológica, las preferencias de configuración y de gestión de las diferentes áreas de gobierno: empleo, sanidad, educación, la seguridad social, servicios sociales, economía, justicia, asuntos exteriores, defensa, etc., va a permitir a la ciudadanía formar su opinión y valorar los diferentes programas políticos en los temas sustanciales. Las líneas ideológicas para cada uno de los ámbitos de gestión deben de ser explicadas de manera comprensible para los ciudadanos y a partir de la realización de un breve diagnóstico de la situación actual.

El resultado para la ciudadanía debería ser visualizar la estrategia de gobierno a corto, medio y largo plazo que se propone para el país, región o ciudad en cuestión, «el proyecto político de construcción».

2 El programa debería ser una **guía realista, consistente y orientada a la futura acción de gobierno,** que contenga las **políticas** y **medidas propuestas** con información suficiente para que la ciudadanía valore la adecuación, viabilidad y credibilidad de las mismas.

El programa electoral debe de identificar las políticas y medidas que se proponen considerar en la futura acción de gobierno. Esta visión del programa más allá de la ideología del partido, permite identificar cómo esta se va a concretar en políticas específicas, garantizando la consistencia y la coherencia global del programa.

La elaboración del programa como acción de gobierno obliga a los partidos políticos internamente a reflexionar, priorizar, articular y explicitar las medidas que se proponen para dar respuesta a las demandas sociales. Igualmente, dota de contenido útil al debate en la fase electoral, al facilitar el contraste entre los diferentes programas políticos.

Es cierto, que pueden aparecer contingencias o factores externos durante el periodo de gobierno y, por tanto, no está garantizado su cumplimiento. No obstante, la configuración del programa orientado a la acción de gobierno establece, desde la fase electoral, el marco inicial de rendición de cuentas.

3 El programa debería contener la **cuantificación económica** de las principales medidas electorales que impliquen gasto o inversión pública, y explicar el **cuadro de financiación previsto** para garantizar su ejecución.

La estimación cuantificada del coste de las medidas más relevantes, así como la identificación de las vías de financiación a utilizar (emisión de deuda pública, incremento o creación de nuevos impuestos, mayor inversión en determinados servicios públicos en detrimento de otros existentes) permite valorar la existencia de los recursos económicos suficientes para implantar las propuestas electorales, trasladando así una visión global de equilibrio presupuestario, viabilidad y credibilidad del programa.

La valoración del coste económico y de las vías de financiación puede ir acompañada adicionalmente de la estimación del impacto económico y social, tanto directo como indirecto, que las principales medidas propuestas van a tener en los diferentes sectores de actividad y en la sociedad en general. El programa podría contemplar el retorno que la implantación de las medidas va a tener para la sociedad.

4 El programa debería identificar y explicar las **principales reformas constitucionales, institucionales y legales, «La Agenda Legislativa»,** que son necesarias para implementar el conjunto de políticas y medidas propuestas.

La incorporación de las principales reformas, «la Agenda Legislativa», permite identificar cuál va a ser la estrategia que desde el punto de vista legal dará soporte al conjunto de medidas que se proponen en el programa. Se permite valorar de este modo, la complejidad, el consenso político

necesario, la viabilidad técnica y política, y el horizonte temporal de implantación de las propuestas del programa.

De manera complementaria, también se recomienda identificar las propuestas relevantes de creación o modificación de nuevas leyes o, en su caso normas, explicando con información suficiente el objetivo que se persigue con las mismas, en qué va impactar respecto al marco legal actual, y cómo se va a garantizar la implantación con éxito de la legislación de referencia del programa.

La incorporación de la Agenda Legislativa facilita la posterior rendición de cuentas de aquellas propuestas que tengan un contenido regulatorio, y permite medir la coherencia del programa con la acción de gobierno u oposición posterior.

5 El programa debería incorporar los **principios a modo de código de conducta ética** y las **medidas de lucha contra la corrupción** que se proponen aplicar a los cargos públicos, identificándose los **mecanismos propuestos** para garantizar su cumplimiento.

El programa electoral debería incluir los principios a modo de código ético del partido político y de funcionamiento interno, que recojan los compromisos éticos de transparencia, honestidad y lucha contra la corrupción que disponga el partido.

Además de estos compromisos, se deben definir los mecanismos e instituciones de control y los protocolos que se van a utilizar en el momento que aparezcan irregularidades, así como establecer claramente las decisiones que el partido político va a adoptar.

La presentación de estos compromisos éticos permitirá mostrar el compromiso del partido con la lucha contra la corrupción y puede contribuir notablemente en aumentar la confianza ciudadana con las personas que ocupan cargos públicos.

6 El programa debería explicar las **propuestas** sobre la **organización institucional**, y de la **estructura y gestión del gobierno y Administración Pública**, así como la estrategia de selección y requerimientos de los cargos públicos en función política.

La organización institucional, la estructura de gobierno y Administración Pública que va a servir de soporte para la puesta en marcha de las medidas del programa y su cumplimiento, puede ser una información relevante que permita contrastar la coherencia de los objetivos de gobierno que se proponen en el Programa Electoral.

La descripción y publicidad de propuestas sobre organización y estructura puede contribuir a fortalecer y legitimar la solidez de planteamientos y propuestas, más allá del ámbito político, en términos de solvencia para la ejecución. No obstante, hay que considerar que las propuestas organizativas y de estructuras pueden estar, posteriormente, sujetas a posibles modificaciones por la existencia de pactos de gobierno u otras circunstancias imprevistas en el momento de formar gobierno.

Adicionalmente, es conveniente establecer qué estrategia de selección y de requerimientos en relación con los altos cargos públicos en función política, se va a adoptar. El conocimiento de esta estrategia permitirá evaluar la calidad del perfil de los representantes públicos.

El seguimiento y la rendición de cuentas del programa

7 El programa debería contemplar la **política de rendición de cuentas, proponiendo** los **mecanismos concretos** que se van utilizar para evaluar el grado de cumplimiento, así como las modificaciones y adecuaciones realizadas al mismo. Esta **política de rendición de cuentas** debería aplicarse **también** a los **partidos políticos en la oposición.**

Los programas deberían ser evaluados de forma periódica, con el objetivo de medir su aplicación real. La primera evaluación a aplicar sería sobre la traslación del programa electoral en el programa de gobierno, identificando sus principales diferencias. A continuación, el programa podría evaluarse, al menos una vez al año, para dar seguimiento al nivel de cumplimiento de las diferentes medidas electorales.

La evaluación del cumplimiento del programa debe ser accesible desde diferentes canales (especialmente los digitales). Esta evaluación puede ser realizada por los partidos políticos y/o desarrollada por otros organismos (académicos y de la sociedad civil) que apliquen metodologías objetivas de evaluación.

La cultura de la evaluación afectaría, no únicamente a los partidos que gobiernen, sino también a los partidos de la oposición, analizando la coherencia entre las propuestas presentadas en el programa electoral y propuestas defendidas durante la legislatura para cada política sectorial.

El proceso de elaboración del programa electoral

8 El programa debería de estar **abierto** a la **participación** de la **sociedad en su fase de elaboración,** garantizando la escucha estructurada de los diferentes sectores sociales. Así como, potenciar la participación de **expertos sectoriales** tanto afines como independientes al partido político.

El contenido de los programas electorales debería ser entendido como un proceso de inteligencia colectiva, que surge del contraste de ideas entre el partido político y la sociedad civil organizada y de expertos sectoriales. El proceso de elaboración de las propuestas debería ser concebido como un diálogo estructurado con la sociedad (incluyendo expertos, organizaciones políticas, sociales y económicas y también ciudadanos a título individual).

Además, este proceso debe de estar planificado con el tiempo y recursos suficientes con el fin de garantizar la deliberación e intercambio de ideas y asegurar que estas pueden ser reflejadas dentro del programa electoral.

La estructura de contenido y los niveles de acceso a la información del programa electoral

9 El programa debería contemplar **diferentes formatos y canales** para hacerlo accesible y comprensible a los diferentes colectivos de la sociedad. La dimensión **digital del Programa** facilitará el acceso a diferentes niveles de información de las políticas y medidas electorales.

La información podría presentarse de forma dinámica en diferentes niveles de detalle y complejidad, con diferentes lenguajes y a través de diferentes medios y canales. Los canales digitales (Internet y las redes sociales) son efectivos para hacer llegar las medidas electorales a públicos masivos de una forma directa, permitiendo profundizar en cada una de ellas, en caso de que sea necesario, y abriendo la puerta al debate ciudadano sobre tales medidas.

El contenido del programa debería adecuarse al colectivo al que se dirige (jóvenes, tercera edad, pymes, desempleados, empresarios, etc.), con el objetivo de facilitar su comprensión, evaluación y comparación con otros programas.

En este sentido, la presentación del programa estructurado por colectivos, la elaboración de resúmenes ejecutivos, de medidas para los 100 primeros días de gobierno, etc., son formas atractivas de hacer llegar el programa a la ciudadanía.

El proceso de comunicación y difusión de un programa electoral

10 El programa debería ser difundido potenciando la **generación de contenidos e información de utilidad en la sociedad,** facilitando el contraste entre las propuestas de los diferentes partidos y **evitando argumentos y discursos demagógicos.**

La comunicación y difusión es un elemento crítico de la campaña electoral porque permite a la sociedad conocer las medidas y contenidos de los programas electorales. El debate es un canal de especial relevancia que facilita de una manera estructurada y organizada el conocer y contrastar las diferentes propuestas electorales de los partidos políticos.

En este sentido, la realización de debates públicos debería de potenciarse y extenderse no sólo entre los candidatos de gobierno, sino también, entre los expertos sectoriales de los partidos políticos. Esta política de debates enriquece y centra el debate en contenidos de utilidad, ofreciendo a la ciudadanía información imprescindible para formar su voto.

El reto del futuro: la auditoría y evaluación de los programas electorales desde y con la sociedad civil

El reto del futuro: La auditoría y evaluación de los programas electorales

La sociedad civil es un elemento clave para reconfigurar la relación actual de descrédito, desconfianza y desafección existente entre la ciudadanía y, las instituciones y partidos políticos.

La evaluación y auditoría de los programas electorales por organizaciones privadas independientes es una práctica que se está adoptando cada vez más entre los países miembros de la OCDE. Existen experiencias recientes donde los partidos políticos someten de manera voluntaria sus programas electorales a la revisión de organizaciones privadas que evalúan el impacto, viabilidad o factibilidad de las promesas que se recogen en los programas. Así ocurre, por ejemplo, en Holanda, siendo una actividad e información muy valorada por los electores holandeses.

Igualmente, en otros países, las organizaciones privadas realizan un seguimiento periódico del cumplimiento de los programas electorales realizando un análisis individualizado y muy detallado de las actividades realizadas por los partidos políticos, tanto en el gobierno como en la oposición. Estas organizaciones están financiadas en gran parte por aportaciones realizadas por asociados identificados con diferentes partidos políticos.

En este sentido, deben proponerse iniciativas que ayuden a mejorar el funcionamiento de los procesos e instituciones de nuestro sistema democrático. La auditoría y evaluación de los programas electorales por organizaciones independientes puede ser uno de los objetivos a impulsar desde y con la sociedad civil.

Relación de expertos entrevistados, cuya opinión se ha considerado para la elaboración del Decálogo (*)

(*) Cabe mencionar que la síntesis y consolidación de la opinión de los expertos incluye, como punto medio de encuentro, aspectos distantes e incluso contrarios a lo expresado por algunos participantes.

RELACIÓN DE EXPERTOS ENTREVISTADOS

(ordenados alfabéticamente por apellido)

La elaboración del Decálogo se ha cimentado sobre la contribución de las opiniones, visiones y propuestas de los expertos que a continuación se enumeran. Igualmente, se ha realizado una investigación cualitativa de programas electorales, nacionales e internacionales, y de documentación de referencia en ciencia política: literatura, informes, artículos de prensa, publicaciones e iniciativas web. La síntesis y consolidación de la opinión de los expertos incluye, como punto medio de encuentro, aspectos distantes e incluso contrarios a lo expresado por algunos participantes.

Anstead, Nick

Profesor en el Departamento de Medios y Comunicación de "London School of Economics and Political Science". Antiguo profesor de política en la Universidad de "East Anglia" en Norwich, doctorado en "Royal Holloway", Universidad de Londres, donde su tesis doctoral se tituló "Estudio comparativo de factores que influyen en la adopción e impacto de campañas en Estados Unidos y Reino Unido".

De Elías Hernández, José Miguel

Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid. Director de Investigación y Análisis en la empresa SIGMA DOS. Desde 1987 ha dirigido más de mil estudios electorales y de opinión pública, colaborando habitualmente con diversos medios de comunicación, tanto españoles como extranjeros. En España ha asesorado, además, a diferentes líderes y partidos políticos de ámbito nacional en todo lo relativo a diseño de estrategia y de campañas electorales. Tiene, además, una destacada experiencia de trabajo en Iberoamérica, donde ha dirigido diversos estudios de opinión pública y ha asesorado a diferentes cargos públicos.

Innerarity Grau, Daniel

Doctor y catedrático de filosofía política y social, investigador Ikerbasque en la Universidad del País Vasco y director de su "Instituto de Gobernanza Democrática". Ensayista de prestigio. Ha sido profesor invitado en diversas universidades europeas y americanas, recientemente en la Universidad de la Sorbona (Paris I) y en el "Robert Schuman Centre for Advanced Studies" del Instituto Europeo de Florencia y en la «London School of Economics and Political Science". Actualmente es Director de Estudios Asociado de la "Maison des Sciences de l'Homme", en Paris. Es colaborador habitual de opinión en El País y El Correo/Diario Vasco, así como de la revista Claves de razón práctica.

Jarding, Steve

Profesor de prestigio en el ámbito de políticas públicas en "John F. Kennedy School of Government" (Harvard), experto en gestión de campañas y estrategias políticas. Se destaca su experiencia como miembro del equipo de distintos senadores estadounidenses como son Tom Daschle (D -SD), Bob Kerrey (D -NE), Jim Webb (D -VA), John Edwards (D -NC), Tim Johnson (D -SD) y Mark Warner (D -VA).

Lago Peñas, Ignacio

Profesor titular de Ciencias Políticas en la "Universitat Pompeu Fabra" (Barcelona). Doctor en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Madrid. Doctor Ciencias Sociales en el Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales del Instituto Juan March, Madrid. Sus líneas de investigación principales son los Sistemas electorales, partidos y sistemas de partidos, comportamiento político. Sus colaboraciones recientes han sido publicadas en "Economics and Politics", "Electoral Studies", "European Journal of Political Economy", "European Journal of Political Research", "Party Politics and Social Science Quarterly".

Lamo de Espinosa, Emilio

Catedrático de Sociología de la Universidad Complutense. Doctor en Derecho por la Universidad Complutense (1973) y doctor en sociología por la Universidad de California (1979), donde ha sido profesor visitante. Ha sido director general de Universidades (1982-1985) y Secretario General y fundador de Consejo de Universidades (1985-1987). Fue Director del Instituto Universitario Ortega y Gasset (1992-2001) y fundador y primer Director del Real Instituto Elcano (2001-2005).Ha sido además Presidente de la Federación Española de Sociología (2007-2009), de la que es actualmente Miembro de Honor. A día de hoy es Académico de Número de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.

Molina Álvarez Cienfuegos, Ignacio

Profesor en el Departamento de "Ciencia Política y Relaciones Internacionales" de la Universidad Autónoma de Madrid. Doctor en Ciencias Políticas por esa universidad, Máster en Ciencias Sociales (Instituto Juan March, Madrid), Máster en Derecho de la Unión Europea y Licenciado tanto en Derecho como en Ciencias Políticas y Sociología (Universidad de Granada). Ha sido investigador visitante en varias universidades (entre ellas, Harvard y Oxford). Investigador Principal para Europa del Real Instituto Elcano.

Montero Gibert, José Ramón

Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y Profesor de Ciencia Política en el Instituto Empresa (IE). Es Doctor en Derecho por la Universidad de Santiago de Compostela. Ha sido Profesor de Ciencia Política en el Centro de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales, del Instituto Juan March, y Visiting Fellow en Harvard University, University of California en Berkeley, Ohio State University, Institut d'Études Politiques de Burdeos, ICSTE-Instituto Universitario de Lisboa, European University Institute e Istituto Italiano di Scienze Umane, ambos en Florencia. Ha sido decano de la Facultad de Derecho de la Universidad de Cádiz y subdirector general del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

O'Kean Alonso, José María

Catedrático de Economía Aplicada, es profesor de Teoría Económica, Económica Política, Economía Digital y Pensamiento Económico en la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla desde 1997 y profesor asociado de Entorno Económico, Análisis de Países y Economía del Sector Público en el Instituto de Empresa de Madrid desde 1990 (Centro de Innovación Sector Publico PwC-IE), doctor en Economía por la Universidad de Sevilla (1986), "Executive Master en e-business" por el Instituto de Empresa (2001), "Senior Associate Membrer del St.Antony´s College" de la University of Oxford (1985) y fue investigador visitante en la "John F. Kennedy School of Government" de la Harvard University (1987). Actualmente es miembro de la "think tank" Comisión Técnica de la Escuela de Economía de la CEA (Confederación de Empresarios de Andalucía).

Pin Arboledas, José Ramón

Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca. Ingeniero Agrónomo y licenciado en Economía, ambas titulaciones por la Universidad de Valencia. Máster en Economía, IESE-Universidad de Navarra. Titular de la Cátedra de Gobierno y liderazgo en la Administración Pública en el IESE. Es profesor del" Departamento de Dirección de Personas en las Organizaciones" en el IESE-Universidad de Navarra, director de "IRCO (Centro Internacional de Investigación de Organizaciones". Desde 2005 también ha dirigido el Executive MBA del IESE que se imparte en Madrid. Recientemente fue nombrado miembro del Comité Académico de la "Barna Business School".

Serra Martín, Albert

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat de Barcelona y Máster en "Dirección Pública" por ESADE. Director del "IGDP - Instituto de Gobernanza y Dirección Pública" (ESADE). Director de programa, "Executive Master in Public Administration". ESADE. Ha sido gerente del Sector de Bienestar Social del Ayuntamiento de Barcelona; gerente del Instituto de Estudios Metropolitanos de Barcelona; gerente de los Colegios Profesionales de Letras y Ciencias de Cataluña, y del Colegio Profesional de Psicólogos de Cataluña.

Toharia Cortés, José Juan

Catedrático de Sociología (Universidad Autónoma de Madrid). Doctor en Derecho por la Universidad Complutense y PhD en Sociología por la Universidad de Yale (USA). Fue el primer director de la "Escuela de Periodismo UAM-El País" y miembro fundador de "Cuadernos para el Diálogo", a cuyo consejo de redacción perteneció hasta la desaparición de la publicación. En 2004 fundó "Metroscopia" uno de los más influyentes institutos privados de investigación de la opinión pública en España, firma que preside en la actualidad. Autor de diversas publicaciones, fundamentalmente en el área de la sociología jurídica, ha sido consultor de Naciones Unidas en materias electorales y judiciales.

Vallespín Oña, Fernando

Catedrático de Ciencia Política en la Universidad Autónoma de Madrid. Ha sido vicerrector de Cultura y director del Departamento de Ciencia Política de la Facultad de Derecho de esta Universidad. Profesor visitante en las prestigiosas universidades de Harvard, Heidelberg, Frankfurt, Veracruz y Malasia. Es un experto en teoría política y en pensamiento político. Colaborador del diario El País y diversas tertulias políticas. Ha sido presidente del "Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS" entre 2004 y 2008. En la actualidad es "Director Académico del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset" y es miembro del comité asesor del think tank FRIDE y de NovaGob.

FUNDACIÓN
TRANSFORMA
ESPAÑA

Serie de Decálogos de la
Fundación Transforma España
Mayo 2015

Fundación Transforma España
www.ftransformaespana.es info@ftransformaespana.es