

**PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE UNA
CAMPAÑA ELECTORAL**

Así **SI**
gana la gente.

Secretaría Nacional de Educación Democrática y Formación Política
PLANIFICACIÓN Y DIRECCIÓN DE UNA
CAMPAÑA ELECTORAL
¿QUÉ ES UN PLAN DE CAMPAÑA?

Es el instrumento de trabajo a través del cual se establecen:

- Objetivos, Metas y Tareas de una campaña electoral.

Define:

- Qué queremos ser lo que se quiere
- Cómo lograrlo los procedimientos
- Cuándo lograrlo el tiempo
- Dónde lograrlo el lugar
- Con quién o quiénes las fuerzas con que se cuenta y posibles aliadas
- Contra quiénes los adversarios.
- Por qué para qué se quiere llegar

¿QUE ES PLANIFICACION ESTRATÉGICA?

Proceso a través del cual el candidato o partido político define sus objetivos y establece los medios para alcanzarlos. La planificación estratégica se expresa en un documento llamado Plan de Campaña.

COMPONENTES BÁSICOS DE UN PLAN DE CAMPAÑA INFORMACION DE:

- Territorio, Votantes, Contendientes y Medios de comunicación

A través de esta información se reúne y organiza todo lo necesario para planificar adecuadamente la campaña y definir las estrategias a seguir. No es posible diseñar una campaña electoral exitosa, sin un sistema completo de información, instalado en una base de datos, que facilite el manejo de la información en el momento necesario.

- Los aspectos claves que no pueden faltar en un sistema de información, son los siguientes:

EL TERRITORIO.- El Diagnóstico de los principales problemas socio-económicos, La zonificación del TERRITORIO para lograr mayor efectividad en la captación, control y seguimiento del voto. Estudio de los aspectos más relevantes de la historia, costumbres, tradiciones y perfil psicológico de la comunidad, sus principales actores y mapeo de Información.

EL VOTANTE.- Es importante conocer a profundidad al votante:

- Quiénes son y dónde votan. Dónde están concentrados. Cómo piensan. Cómo viven y de qué viven. Cómo están segmentados. Comportamiento histórico en relación al voto.

LOS CONTENDIENTES.- Se debe tener una radiografía de todos los escenarios posibles de lucha.

- Medir fortalezas y debilidades de todos los posibles actores internos y externos que pudieran ser adversarios.
- Medir fortalezas y debilidades de los partidos, grupos de presión y organizaciones de la sociedad civil, para hacer un análisis sobre las posibilidades de alianzas con otros partidos, fuerzas o grupos de la sociedad civil.



- Determinar quiénes controlan los sindicatos, gremios, asociaciones, clubes, cooperativas, etc.
- Construcción del historial de los posibles contrincantes, sus actuaciones, su moral, su status económico-social, nivel profesional, su relación con la comunidad, sectores de poder y su perfil psicológico.
- Seguimiento y control permanente de las acciones de los principales adversarios.

UN BUEN TRABAJO DE INFORMACIÓN IMPLICA:

- Estudios permanentes de la Opinión Pública, investigaciones especializadas y recopilación de información.
- Análisis FODA : (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

TODO EL PROCESO DE INFORMACIÓN DEBE CONCLUIR EN LA ELABORACIÓN DE LOS OBJETIVOS, LAS ESTRATEGIAS Y LAS TÁCTICAS A IMPLEMENTAR COMUNICACIÓN:

- El tema de Campaña, mensaje y eslogan. Así como los medios de difusión del mensaje. A través de este componente se diseña toda la estrategia de comunicación de la campaña y se aplica de acuerdo a lo planeado.

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA CAMPAÑA:

- Define los objetivos a buscar a través del mensaje, establece qué queremos decir, cómo, cuándo y dónde decirlo e implementarlo a través del mensaje que hemos definido.

ORGANIZAR

Programación y ejecución de todas las actividades de la campaña electoral.

Su aspecto fundamental, radica en formar un buen equipo de campaña. El siguiente organigrama es un ejemplo de como deben distribirse las tareas en un equipo de campaña con personal de tiempo completo.

- El Coordinador de Campaña:
- Debe coordinar todas actividades de campaña, garantizar el respaldo logístico de las acciones, supervisar el adecuado desarrollo de la campaña y es responsable del contacto entre las estructuras del partido, autoridades electorales y otros partidos, a lo largo de la campaña

Objetivos:

- Ser eficaz en la coordinación de actividades de campaña, optimizar tiempos y resultados a través de coordinación adecuada de actividades y logística.
- Perfil personal: Experiencia probada en campañas electorales anteriores(de preferencia), absoluta disponibilidad de tiempo completo, capacidad administrativa y de coordinación de equipos de trabajo, habilidad de relaciones humanas, (motiva, supervisa, controla), organizado y práctico, de conducta ética intachable, con conocimiento del medio y su coyuntura, conocimiento de la legislación nacional y electoral vigente.

Funciones y responsabilidades:

- Diseña, planifica actividades basado en la investigación y análisis estratégico, para cada distrito y electorado.
- Coordina acciones para todas las actividades de campaña (visitas, reuniones, debates, giras etc.) planificando fechas, horas, rutas, personas, necesidades, temáticas, mensajes, materiales, equipos, transporte, reco-



mendaciones específicas, etc.

- Supervisa personalmente las acciones y actividades, previene posibles fallas, diseñando y promoviendo las medidas correctivas pertinentes.
- Relación directa y permanente con autoridades nacionales, recluta y selecciona recursos humanos, bienes y servicios para la campaña.
- Responsable directo de la comunicación interna y externa de la campaña.

GUÍA PARA LA ETAPA ELECTORAL

Todas las etapas de una campaña son importantes y se desarrollan de la siguiente manera.

1.- Inicio de la Campaña.

- Hacer labor masivva de propaganda y aplicación de la estrategia
- Poner en funcionamiento al equipo de Campaña.
- Organización de actos públicos.
- Revisión y ajuste del Plan General de Campaña y de los objetivos comunicacionales, organizacionales y financieros.
- Encuestas. (investigación política)

2. Desarrollo de la campaña.

- Consolidación de los objetivos estratégicos y tácticos de la campaña.
- Lograr que la maquinaria organizativa y propagandística funcione a toda capacidad.

3. Maduración de la campaña.

- Revisión y adecuación del Plan General de Campaña
- Preparación de delegados y logística final para el día de las elecciones.
- Incremento de las actividades propagandísticas y organizativas.
- Encuestas para evaluar impacto de la candidatura y posibilidades de ganar ó reorientar la campaña.
- Incremento de la comunicación interpersonal del candidato

4.- Clímax de la campaña.

- Mantener la ofensiva.
- Llevar todas las actividades al máximo posible de intensidad.

5. Cierre y remate de la campaña.

- Producir los efectos espectaculares necesarios para garantizar fijar en las mentes de los electores que se puede ganar; captar el voto indeciso.
- Mantener y consolidar la posibilidad del triunfo.
- Discurso y Mitin de cierre de campaña.
- Preparativos y realización cadena radial del triunfo.
- Concluir exitosamente con la aplicación de todas las estrategias y tácticas definidas.
- Concluir la preparación exitosa del día "D".

6. Etapa Post Electoral:

Definir planes a implementar en caso se produzca alguna de las siguientes situaciones:

- Eventualidad en caso de que retrasen los resultados electorales
- Ganar las elecciones.
- Perder las elecciones.

Si se pierden las elecciones por fraude, el plan de contingencia debe estar listo para entrar inmediatamente en acción.

Si se ganan las elecciones, el plan de trabajo debe estar listo para aplicarlo de inmediato.



BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Joseph Napolitan, Como Ganar Elecciones. Liderazgo Democrático,
The Graduate School of Political Management.
The George Washington University, Tercera Edición, Mayo 2002.

Sergio Cedeño, La Propaganda Política, Editora de Colores,
República Dominicana, Diciembre 2001

Centro de investigación y producción, Instituto Republicano Internacional,
IRI / Guatemala, Guatemala, 2006

Centro de Estudios de la Realidad Paraguaya (CERPA)

Nacional Democratic Institute (IND)

Instituto Republicano Internacional (IRI México)

U.S Agency for Internacional Development (USAID)

