



IZQUIERDA DEMOCRÁTICA NACIONAL

PLAN DE CAMPAÑA

Una campaña no debe ser una serie de actividades o eventos organizados al azar.

La campaña debe trazarse con propósitos claros como parte de un plan lógico.

Toda campaña requiere secuencia. Orden en el tiempo. Sucesión, simultaneidad de acciones. Preparar cada paso y dar seguimiento a lo que se está haciendo.

A cada momento de la campaña se le llama ETAPAS. Cada una de ellas tiene un sentido, Objetivo, Metas, Acciones, Alcances y Organización.

En algunos momentos conviene desdoblar las Etapas en Fases, según su complejidad o dinámica.

- 1.- Etapa previa antes del inicio de campaña.
- 2.- Etapa de desarrollo de la campaña.
- 3.- La etapa de la jornada electoral.
- 4.- La etapa pos-electoral.

Toda campaña requiere de la ESTRATEGIA.

Para ello es necesario saber en qué posición estamos, cual es el rumbo hacia la victoria, que nos hace falta y cuánto para llegar a ella por medio de una estrategia adecuada para cada momento de la campaña, aprovechando las debilidades y contrarrestar al adversario.

Por lo tanto es necesario conocer las posibilidades de triunfo y los márgenes de riesgo para la derrota.

SECUENCIA CLÁSICA DE ETAPAS DE CAMPAÑA.

- A. Etapa Previa: investigación, planeación y organización.
- B. PRIMERA: Presentación del candidato en medios; posicionamiento del mismo y su programa; en campo, acercamiento con prospección a núcleos base. Selección de la Estructura Electoral.
- C. SEGUNDA: Difusión de la propuesta en medios y proselitismo de campo; capacitación de la estructura electoral.
- D. TERCERA: Promoción del voto (preparar y convenir la movilización; diferenciación de propuesta y candidato en medios.
- E. JORNADA ELECTORAL: Movilización de campo; defensa jurídica del voto.

Considerando lo anterior proponemos que las campañas electorales de las y los candidatos de IDN deberán tomar en cuenta diversos aspectos generales:

1.- **Las propuestas de campaña** deben ser diferenciadas, de acuerdo a la situación política, social y económica de cada distrito o municipio. Lo que no implica campañas anárquicas, ya que el Programa del partido y el Ideario Político de IDN deben fijar el marco general de las mismas.

2. **El mensaje** de las y los candidatos deben presentarse como una real opción de izquierda, jugando un papel central en el terreno de la disputa ideológica, manteniendo una crítica permanente al modelo neoliberal, pero sobre todo conciso y con propuestas claras y viables.

3. Las campañas deben **tener mando único**, debemos contar con un sistema de monitoreo que permita evaluar el rumbo de cada campaña potenciando las actividades exitosas y corrigiendo los errores, para ello es necesario contar con: Informes y evaluación periódica de los responsables de las diversas áreas, apoyando a los cuadros políticos en el logro de sus metas o relevando a los inoperantes.

Para que esto funcione, es necesario que los enlaces nacionales y estatales de IDN realicen sistemáticamente la labor de supervisión, evaluando a los cuadros de acuerdo a su desempeño y resultados, priorizando el triunfo electoral.

4.- Homogenizar los **instrumentos de seguimiento y control** de las campañas electorales.

5. Las campañas electorales deben de enfocarse a posicionar la **imagen** de la o el candidato ligada al **compromiso de gobierno y agenda legislativa** según sea el caso.

6.- Cuidar la **representación del partido** ante el órgano electoral correspondiente, quienes deberán contar no solo con probada experiencia en esta tarea sino con el compromiso y temple.

Consideraciones básicas para desarrollar la Campaña Electoral:

1.- Elaboración de un diagnóstico socio-político electoral de cada municipio y/o distrito.

2.- Planeación de la campaña.

2.- Contar con un local o sede de campaña.

3.- Concentrar en una base única, las actividades de promoción del voto y trabajo con grupos.

4.- En caso de coaliciones, establecer las bases para la coordinación de integración electoral con los otros partidos. Estableciendo un único canal de comunicación por Partido.

5.- Programar todas las actividades sobre responsabilidades territoriales en una agenda manualizada (día por día).

6.- Integración equipo de campaña:

1. Coordinador de Campaña.
2. Responsables de:
 - Estructura Electoral, Distrital y/o Municipal según sea el caso.
 - Promoción del Voto, Distrital y/o Municipal según sea el caso.
 - De partido ante el órgano electoral correspondiente.
 - Propaganda.
 - Finanzas.
 - Comunicación.
 - Área jurídica.
 - Cartografía, estadística, listado nominal e informática.
 - Logística.
 - Enlace de sectores, líderes u organizaciones.

Lo anteriormente expresado señala solo algunas generalidades, mismas que para su ejecución requieren la instrumentación de un **Método Electoral**.

Definimos Método Electoral como el conjunto de planes, módulos y acciones, que de acuerdo a una gran agenda y una batería de instrumentos logra un Resultado Electoral.

El Método permite ordenar de manera lógica, la toma de decisiones y todas las acciones derivadas, necesarias para ganar.

**TODOS LOS MÉTODOS DEBEN DEFINIR:
PRINCIPIOS Y OPERACIÓN**

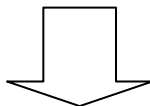
Como **PRINCIPIOS** podemos mencionar:

1. **Objetivo Superior, no personal.** Una vez que se arranca el proceso y hay candidato@s, sólo hay un objetivo: **GANAR**.
2. **Rentabilidad:** programar las actividades que tengan un impacto en votos superior a su costo económico o en tiempo.
3. **Planeación y prospectiva:** planeamos, desde el futuro, a partir de resultados que queremos.
4. **Programación y organización** de todos los activos (políticos, tiempo y recursos) en acciones materiales, localizadas y auditables.
5. **Trabajo focalizado:** hacer lo que está programado en los términos acordados; la dispersión es el principal enemigo de la eficiencia.

-
6. **Objetividad:** sólo atender lo que está en la realidad, no tener cargas emocionales o personales en la ejecución del trabajo.

OPERACIÓN. ¿Cómo Operamos?

Grupo de planeación y operación
Inventario de trabajo
Insumos (estadística y cartografía)
Planes
Agenda manual izada
Zonas de Operación
Fórmula de comunicación
Esquema de atención
Brigada, estructura y organizaciones
Seguimiento personalizado



UTILIDAD ELECTORAL

Plan electoral, tiempos y objetivos

1. Planeación y Organización.
2. Posicionamiento.
3. Campaña.
4. Cierre.
5. Defensa del Resultado.

TIEMPOS

Tiempo 1.

- Organizarnos para ganar (Padrones, ubicación de casas de amigos, tareas para grupos para las elecciones)
- Sirve para definir nuestra base social y organizativa, así como ubicarla geográficamente y en sus posibilidades de movilización.

Tiempo 2.

- Capacitarnos y responsabilizarnos.
- Saber qué nos toca hacer, qué y cómo debemos hacerlo.

Tiempo 3

- Movilizarnos para medirnos.
- Se generarán ejercicios de movilización de la estructura con motivos de capacitación y entrenamiento de naturaleza política.

Tiempo 4

- Ganar la elección
- Estar listos para ganar con un cuartel para la movilización a nivel de sección prioritaria y una representación doble por posible casilla capacitada y organizada. Nuestra estructura tendrá el cuadro natural de la zona, así como un suplente y una lista amplia de observadores y representantes generales.

RECLUTAR

Reclutar una estructura en dos vías.

Primera vía: Representación.

- Representantes generales
- Representantes de casilla
- Suplentes
- Observadores
- Capacitación

Segunda vía: Movilización

- Casas de amigos por zona (Cuarteles de movilización).
- Abogado por cuartel de movilización.
- Responsable de logística por cuartel de movilización.

TIEMPOS POLÍTICOS

Tiempo 1.

Organizar todos los participantes, brigadas y organizaciones bajo tareas concretas, regionales y temáticas.

Tiempo 2.

Generar los mecanismos y vínculos para con la sociedad civil, abierta y organizada, y con aquellas fuerzas políticas abiertas a una alianza amplia por el Estado.

Tiempo 3.

Generar los instrumentos sociales para la aplicación de modelos de organización privada y de políticas públicas, creando la base social de apoyo para el Ayuntamiento y el Estado.

“Ninguna campaña, por mejor que sea, hace ganar por si sola a un candidato; pero una mala campaña, hace perder una elección a cualquiera”

IZQUIERDA DEMOCRÁTICA NACIONAL

“LA FUERZA DE LA ESPERANZA”

**1 DE MAYO DE 2010
S.C.CH.**