



INNOPOLÍTICA

I B E R O A M É R I C A

 @innopolitica

 @innopoliticaev

 @innopolitica

 innopolitica revista

Windows
Go to Settings to activate Windows.



Selección y formación de equipos de campana

Jaime Ernesto Gutiérrez Murillo
Ph.D



TABLA DE CONTENIDO



1. Perfil del docente
 2. Comunicación política
 3. La campaña permanente
 4. Planeación estratégica de campañas
 5. Construcción de equipos para la victoria
 6. Caso de análisis
- 



SOBRE MÍ

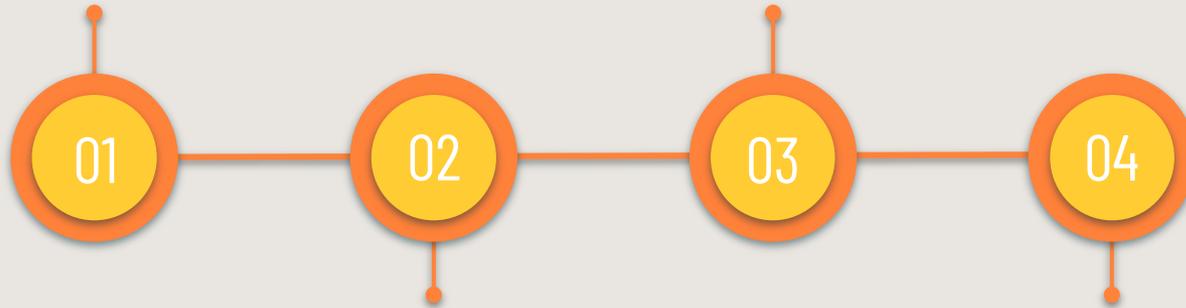
Politólogo y abogado. Amante de la política, promotor de la participación ciudadana y de la tecnificación del ejercicio político. Fundador de la Escuela Iberoamericana de Innovación Política – INNOPOLÍTICA, primer centro formativo de alcance global que busca potenciar la innovación en los procesos políticos y en las organizaciones públicas.



EDUCACIÓN

Pregrado
Politólogo y abogado

Maestrías
Derecho constitucional
Gobernanza de ciudades y territorio
Gobernanza y comunicación política



Especializaciones
Derecho constitucional
Derechos Humanos

Doctorado
Educación



EXPERIENCIA

01

2019
Ganador Napolitan
Victory award

02

2019
Ganador Reed latino

03

2016
Ganador del Victory Medal

04

Consultor en decenas de
campañas políticas





ANTES DE INICIAR

¿Qué es la política?





ANTES DE INICIAR

¿Qué es el poder?



¿QUÉ ES EL PODER?

El poder se ejerce sobre un individuo y/o varios (entendido como persona o entidad), para que hagan algo que de otra forma no harían o tomen decisiones.

La estrategia es el factor individual más importante en una campaña política.

“Una estrategia correcta puede sobrevivir a una campaña mediocre, pero incluso una campaña brillante puede fallar si la estrategia es errónea”.

Joseph Napolitan





ANTES DE INICIAR

¿Qué es una campaña?



LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Comunicación política electoral



Comunicación de gobierno



LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECTORAL

El candidato



El candidato permanente



LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECTORAL



Estrategia de tierra

“Campaña de movilización”



LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ELECTORAL



Estrategia de aire

"Medios de diffusion"



LA COMUNICACIÓN POLÍTICA DE GOBIERNO

La gestión



El gobierno



LA CAMPAÑA PERMANENTE



¿A qué nos referimos?

Obtener la aprobación de la ciudadanía, teniendo presente la lógica de la campaña electoral. El objetivo debe ser perseguir la obtención del poder político así ya se ejerza una posición de poder. El poder es efímero y debe buscar mantenerse. Debe conocerse las necesidades, inquietudes y percepciones de la ciudadanía para comunicar la acción de gobierno.



Todo gobernante debe hacerse una pregunta



**¿Cuál será mi
legado?**



LA CAMPAÑA PERMANENTE



EL DECÁLOGO DE LA CAMPAÑA PERMANENTE

10





Liderazgo. Contar con un asesor de comunicaciones que sea el encargado de dirigir las relaciones con los medios de comunicación.



Trabajo en equipo. Establecer un equipo de trabajo que cumpla las funciones de oficina de comunicaciones y se encargue de la distribución de la información producida por el gobierno.



Creatividad e innovación. Implementar prácticas innovadoras en la producción de información para lograr cautivar la atención de los medios de comunicación.



Análisis del entorno. Conocer a la perfección las posiciones editoriales de los medios, sus intereses particulares, su red de alianzas y sus principales líderes.



Pauta. Establecer un plan de pautas acordes a la cobertura, circulación e influencia del medio de comunicación.





Medir, medir y medir. Establecer un plan de seguimiento a los medios de manera periódica que permita establecer su posición hacia el gobierno de turno.



El discurso. Evitar discursos generalistas que encubran las malas acciones de un gobierno.



Disponibilidad. El equipo de trabajo debe estar siempre atento y disponible a atender los requerimientos de los medios de comunicación en los términos más decentes en aras de mantener una relación cordial y amigable con ellos.



Manejo de crisis. Se debe contar con un plan de manejo de crisis, un cuarto de guerra y una preparación para toda clase de situaciones que no deje pie a la improvisación.



Honestidad. En las relaciones con los medios debe primar siempre la verdad y la honestidad. No dar pie a la mentira ni a especulaciones que puedan entorpecer las relaciones.



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE CAMPAÑA



Herramienta de planificación para ejecutar adecuadamente una campaña política. Consta de dos dimensiones:

Análisis del entorno político, económico y social; Investigación del mercado electoral; Matriz DOFA.

El mensaje y los temas de campaña.



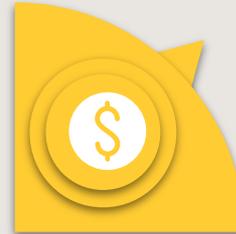


ANÁLISIS DEL ENTORNO

Político
Partidos, facciones y
organizaciones políticas



Económico
Información cuantitativa del
perfil económico del territorio



Sociodemográfico
Perfiles de los
habitantes del
territorio



Cultural
Tradiciones, creencias,
percepciones y legado



EL CANDIDATO - CANDIDATA

Identificar Debilidades,
Fortalezas, Amenazas y
Oportunidades - DOFA



El candidato/a como
producto del marketing

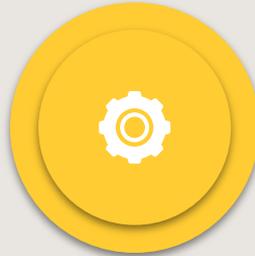
Empleo de metodologías
cualitativas y cuantitativas



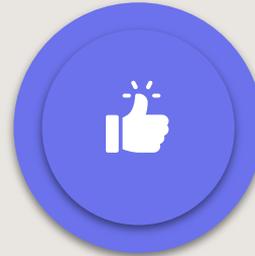
ANÁLISIS DOFA



Debilidades
Análisis interno del
candidato/a



Oportunidades
Análisis del
entorno y
oportunidades
de mejora



Fortalezas
Análisis interno
del candidato/a

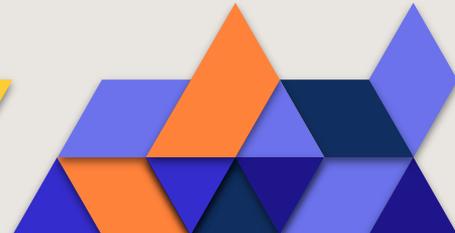
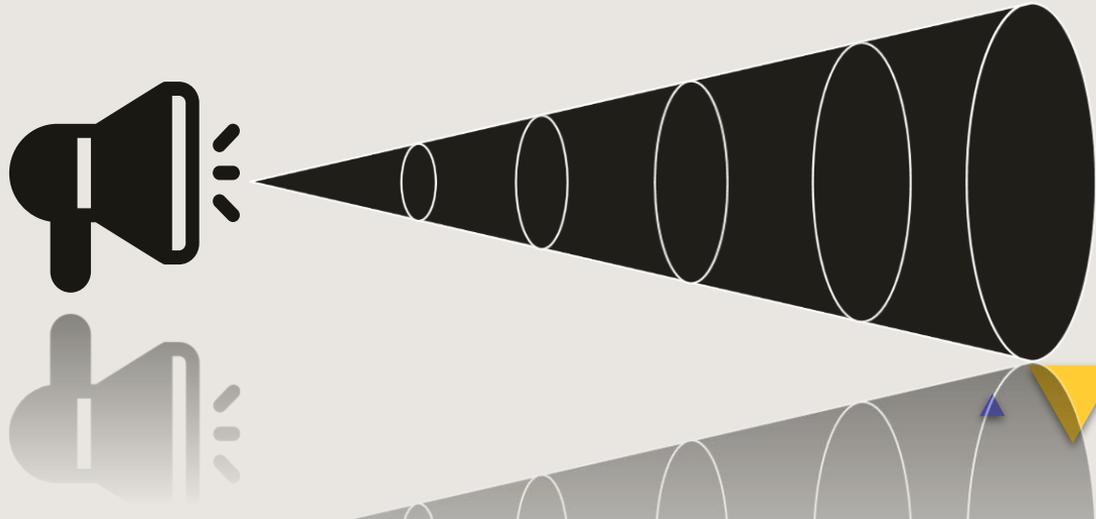


Amenazas
Análisis de factores
del entorno que
pueden generar
efectos negativos



EL MENSAJE DE CAMPAÑA

“El mensaje es lo que se tiene que decir para que los ciudadanos recuerden a su candidato, sus propuestas de programas y obras, en campañas políticas define el por qué los ciudadanos deben votar por nuestra propuesta”.



LA LOGÍSTICA DE LA CAMPAÑA

Imagen del partido y de la campaña

Logística de campaña

Publicidad y propaganda

Movilización

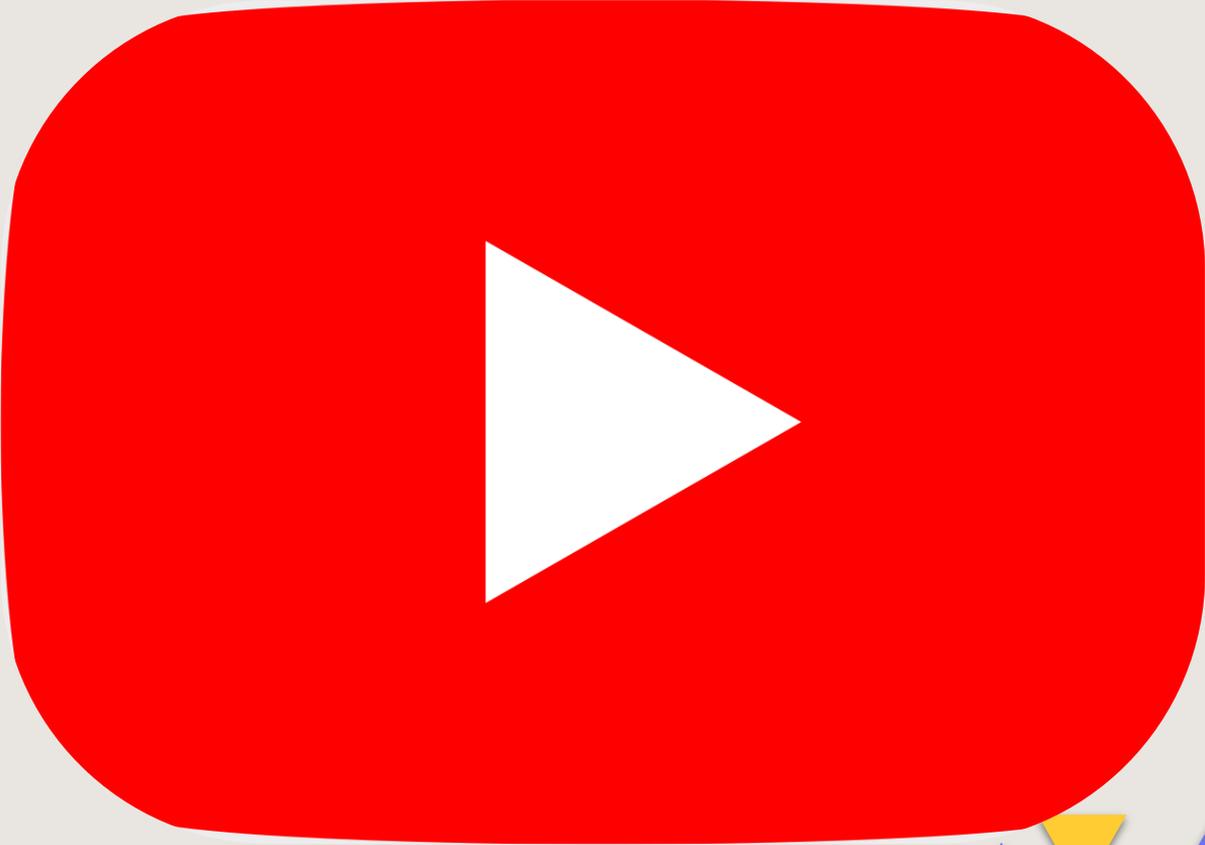
Relaciones públicas

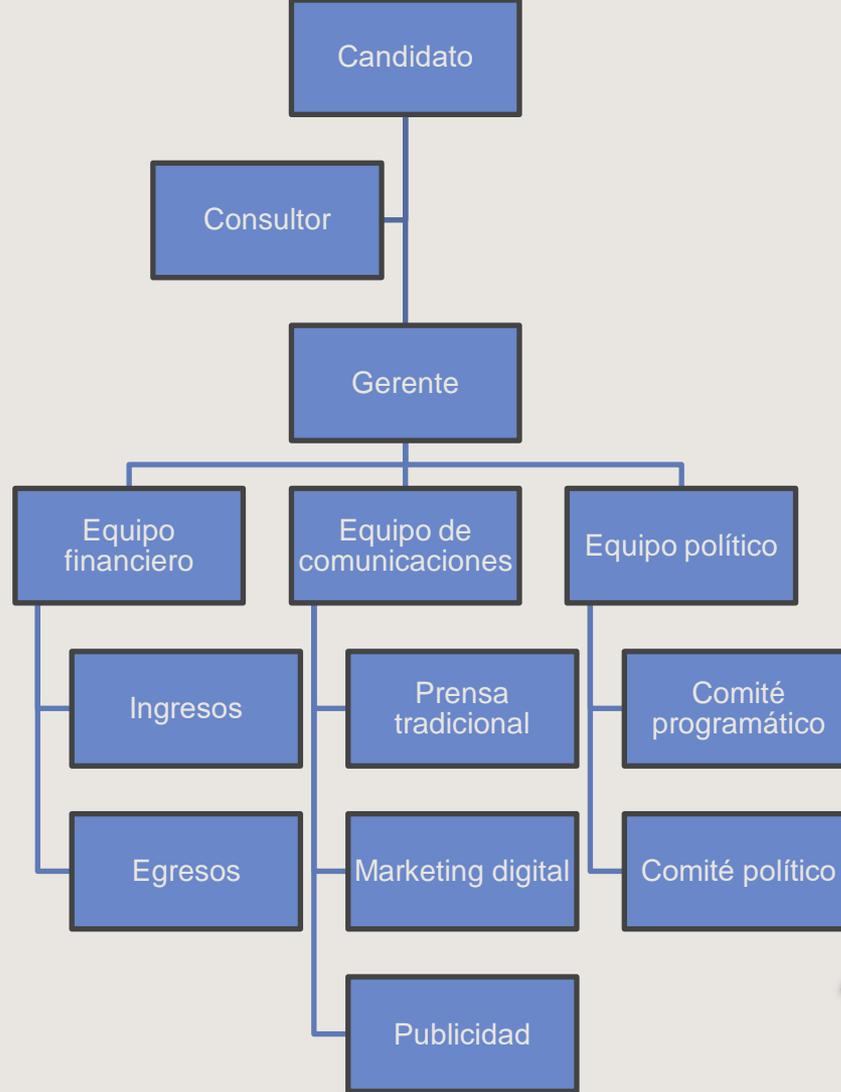
Atención a medios y prensa



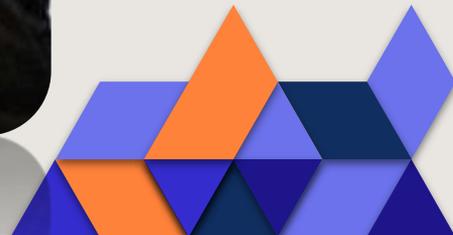
ESTRUCTURACIÓN DE EQUIPOS DE CAMPAÑA







EL CONSULTOR



EL GERENTE



EL EQUIPO FINANCIERO



EL EQUIPO POLÍTICO



EL EQUIPO DE COMUNICACIONES

COMMUNICATION



The image features a light gray background with abstract geometric patterns of triangles in shades of blue, orange, and yellow. These patterns are located in the top-left, top-right, and bottom-left corners, framing the central text. The triangles are arranged in a complex, overlapping manner, creating a sense of depth and movement.

¡GRACIAS!

