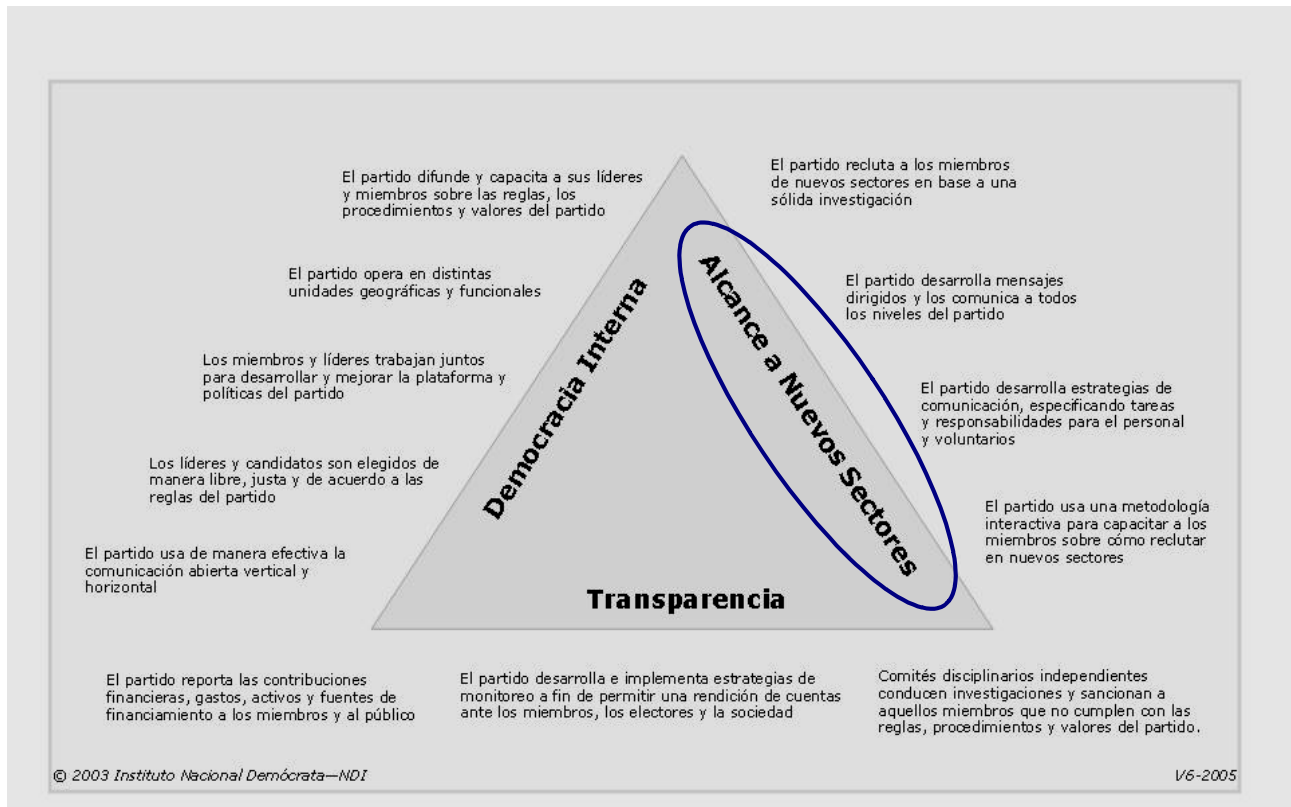


Módulo III: Alcance a Nuevos Sectores





Panorama general: ¿Por qué extender membresías de la organización política a nuevos sectores?

En 20 años de trabajo con los partidos y movimientos políticos en más de 50 países, el Instituto Nacional Demócrata para Asuntos Internacionales (NDI) ha comprobado que las organizaciones políticas efectivas son aquellas que están comprometidas a aplicar las mejores prácticas de democracia interna, transparencia y alcance a nuevos sectores. Este módulo sobre alcance a nuevos sectores tiene como intención ser utilizado con el Triángulo de Mejores Prácticas de Organizaciones Políticas Efectivas de NDI.

Latinoamérica es el hogar de algunas de las organizaciones políticas más antiguas y sofisticadas del mundo. Y así como sus contrapartes en otros países, los partidos y movimientos políticos en América Latina enfrentan el importante desafío de seguir siendo dinámicos, fuertes e involucrados en las sociedades vigorosas y cambiantes que representan. Para las organizaciones políticas modernas, esto significa asegurar que la diversidad de la población se encuentre reflejada en cuanto a los cuadros, los simpatizantes y las plataformas políticas.

Beneficios

La diversidad en una organización política es señal de crecimiento, desarrollo y visión. Las organizaciones políticas que buscan triunfar en el futuro se toman el tiempo ahora en alcanzar e involucrar a aquellos miembros de la sociedad que están menos representados en la política y en la vida pública. Además de ampliar la base de respaldo político, alcanzar estos grupos e individuos hacia el proceso democrático, crea instituciones de gobierno más fuertes y mejores políticas públicas.

Un ejemplo

Las mujeres, los jóvenes y las personas indígenas son ejemplos de grupos que muchas veces están menos representados en la participación política. Suelen tener sólo parte minoritaria en las posiciones de liderazgo en los partidos y movimientos políticos y en el gobierno, a pesar de que representan en algunos casos, a grandes segmentos de la sociedad. Por ejemplo, en la mayoría de los países las mujeres son la mayoría de la población, pero aún se encuentran representadas marginalmente en las organizaciones políticas.

Tener como objetivo alcance a nuevos sectores crea oportunidades para que las organizaciones políticas prueben estrategias innovadoras de crecimiento, desarrollo y comunicación. Por ejemplo, una organización política latinoamericana aumentó el número de miembros jóvenes y la participación de electores

de 30% a 50%. Ganó el voto de los jóvenes a través de un esfuerzo creativo para alcanzarlos. La organización política desarrolló un mensaje para los electores jóvenes y usaron a un grupo musical en

¿Cuáles son los beneficios de que el partido llegue a nuevos miembros?

1. Aumenta la membresía y votos para la organización política
2. Aumenta las fuentes potenciales de recursos humanos y financieros
3. Demuestra que un partido es dinámico y se preocupa por el crecimiento y desarrollo
4. Permite elaborar políticas de partido más informadas

gira para transmitirlo. Ahora, la organización política tiene un presupuesto específico para las actividades dirigidas a los jóvenes. También tiene representación juvenil en los comités estatales, y están en buena posición para incrementar sus miembros en otros estados. Este es sólo un ejemplo de los beneficios de alcanzar a nuevas audiencias.

¿Para quién es este módulo?

Este módulo está diseñado para activistas políticos, pensando en crear una estrategia de alcance, que amplíe la membresía de nuevos sectores en la organización política. Empezando con una evaluación interna de la organización política, el módulo ayuda a los lectores a identificar y trabajar sobre posibles nuevos miembros, diseñar un mensaje persuasivo y finalmente crear y practicar un Plan para alcanzar a estos nuevos sectores.

Las organizaciones políticas dinámicas realizan este tipo de planeamiento de manera regular y sistemática. Al incorporar nuevos tipos de electores, las organizaciones políticas crean una base de nuevos activistas y futuros líderes, y aumentan además, su capacidad de ganar elecciones.

Alcance a nuevos sectores: Metas y objetivos

Al final de este módulo, podrán:

1. Definir los beneficios de alcance a nuevos sectores.
2. Usar técnicas para identificar, cómo trabajar y apuntar hacia posibles nuevos miembros.
3. Practicar el reclutamiento de nuevos miembros.

Entender a la organización política

Objetivo: Investigar si su organización política refleja a la población de electores.

Si su organización política ha decidido involucrarse en ampliar su base de respaldo, puede ser que usted y sus colegas pronto estén tocando puertas pidiendo a sus simpatizantes que se conviertan en miembros activos de la organización política. Probablemente, tendrán más de una conversación con ellos acerca de la organización política, por cuáles causas lucha su organización y sobre quienes lo conforman. A fin de prepararse para sus preguntas, será muy útil empezar por conocer a los miembros y líderes actuales de su organización.

Actividad: ¿Representa la organización política a sus electores?

Objetivo: Evaluar la estructura de liderazgo y membresía, y cómo estos podrían ayudar a potencializar los intentos que realiza la organización política por alcanzar a nuevos sectores.

Escribir las respuestas a estas preguntas sobre su organización política.

1. ¿Cómo está compuesto el liderazgo de su organización política en términos de raza, etnia, religión, género y edad?

2. ¿Ha habido cambios en esta composición en los últimos 10 años? De ser así, ¿cómo y qué causó los cambios?

3. ¿Cómo está compuesta la membresía de su partido o movimiento político en términos de raza, etnia, religión, género y edad?

4. ¿Ha habido cambios en esta composición en los últimos 10 años? De ser así, ¿cómo y qué causó los cambios?

5. ¿Qué estrategias emplea su partido o movimiento político para incluir a nuevos sectores? (Piensen en estudiantes, pensionistas, madres solteras, desempleados, gente desplazada, jóvenes que piensan salir del país, etc.)

6. ¿Qué porcentaje de líderes del partido o movimiento político son mujeres?

7. ¿Qué porcentaje de los miembros del partido o movimiento político son mujeres? De ser menor a 50%, ¿por qué piensa usted que se da esto? ¿Tiene su organización política planes de alcanzar hacia más mujeres? De ser así, ¿cómo?



Preguntas a considerar

¿Qué les muestra este ejercicio acerca de su organización política? ¿Cómo podría la composición de la organización política afectar su capacidad de promover políticas que realmente tengan un impacto en diversos grupos? ¿Qué les indica acerca del potencial de su organización política para atraer a nuevos miembros o votos?

Finalmente...

La razón de ampliar la base de la organización política para atraer nuevos sectores, es obtener más votos, aumentar fuentes potenciales de recursos, mostrar que su organización política es dinámica y elabora políticas más informadas. Por ello, no cabe duda que al principio, habrá cierta discrepancia entre la composición actual de su organización política y la composición ideal del mismo en el futuro. Entender cómo ven los de afuera a su organización política es, sin embargo, información importante a

medida que empiezan a identificar quién será su objetivo y cómo presentarán a su organización política ante estos potenciales nuevos miembros, tal como verán en los siguientes ejercicios.

Identificar posibles miembros

Objetivo: Identificar y priorizar las posibles “audiencias-objetivo” a través de la investigación.

Este módulo está diseñado para activistas políticos que recién empiezan o que ya participan en los esfuerzos por ampliar la base de su organización política, identificando los grupos demográficos y geográficos que podrían responder al mensaje de la organización política a través de un alcance efectivo.

La mayoría de las organizaciones políticas cuentan con recursos limitados: tiempo, dinero y personas. Asimismo, no todos los electores son iguales y siendo realistas, existen algunos que nunca apoyarán a su organización política. Por ello, sería más lógico que una organización política apunte esfuerzos hacia grupos específicos al momento de expandirse, en lugar de tratar de alcanzar a toda la población. La sociedad está dividida en diferentes grupos, tales como jóvenes, pensionistas, mujeres, indígenas, maestros y muchos más. Aun cuando estos grupos son muchos, todos tienen algo en común: buscan a alguien que los ayude y los represente bien, y muchos de ellos están interesados en participar como miembros activos de una organización política.

Paso I: Identificar a los simpatizantes con la mayor probabilidad de unirse

Deben asegurarse que estén apuntando a un grupo de personas que tengan la mejor opción de convertirse en miembros activos de su organización política. ¿Cómo identificar a las personas que tienen una mayor probabilidad de unirse a su organización política? Los siguientes recursos los ayudará a identificar dónde cuenta su organización política con el respaldo más fuerte y consistente, dónde dicho apoyo decae y disminuye, y dónde su organización política tiene muy poco respaldo:

- Cifras del censo más reciente.
- Datos de las últimas elecciones locales, municipales, regionales o nacionales.
- Reportes de los centros de investigación y análisis universitarios y privados.
- Encuestas realizadas por empresas de marketing y publicidad u organizaciones no gubernamentales.
- Resultados de un sondeo conducido por el partido político.

Mejor práctica de alcance

La organización política recluta a los miembros de nuevos sectores en base a una sólida investigación

Usando como base dichos materiales y lo que conocen de su área, identifiquen los posibles nuevos miembros en el siguiente ejercicio.

Actividad: Tiro al Blanco

Objetivo: Identificar los segmentos de la población que son posibles “miembros-objetivo”

El Tiro al Blanco los ayudará a enfrentar el primer desafío presente al momento de ampliar la base de miembros: determinar quién está dispuesto a unirse si se le pide.

Reglas del juego

En el juego actual de Tiro al Blanco, el objetivo del juego es lanzar dardos al tablero. Mientras más cerca cae el dardo del blanco, más puntos se obtienen. Si éste cae en uno de los otros círculos, se obtienen menos y menos puntos. Las reglas del Tiro al Blanco para clasificar a los miembros son las mismas.

Centro

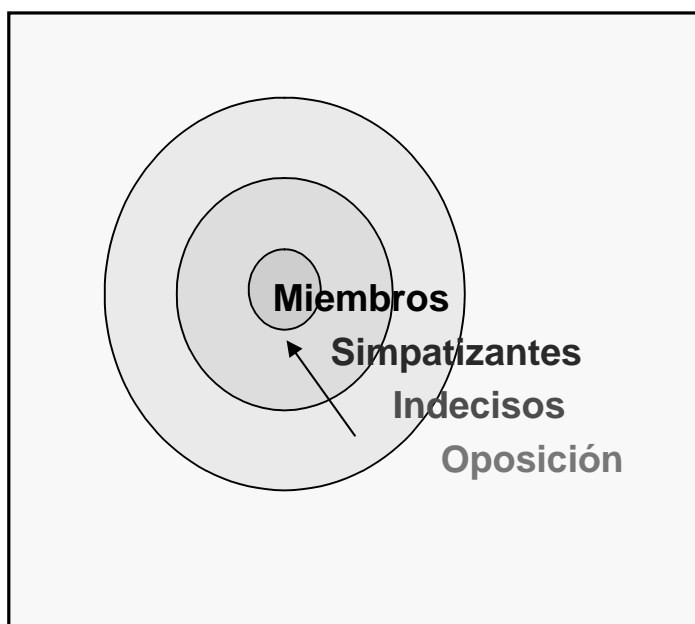
En el centro de la diana se encuentran los recursos más valiosos: sus miembros. Los miembros han contribuido significativamente con la organización política, ya sea con recursos financieros o tiempo voluntario, y votan por el partido o movimiento político. Son la sangre de la organización política. Mientras más gente se lleve hacia este círculo, más beneficios obtendrá la organización política.

Círculo interior

El primer anillo alrededor de la diana representa a los simpatizantes. Estas son personas que han votado por la organización política, pero que no son miembros aún. Esta población es clave para obtener nuevos miembros, la base más fértil para una estrategia de alcance. Mientras más personas se lleven hacia este círculo de simpatizantes, más miembros potenciales se tendrán.

Círculo exterior

En el siguiente anillo hacia afuera se encuentran los electores indecisos, aquellos que podrían votar por la organización política o a favor de los oponentes de la misma. Los electores indecisos también pueden ser útiles para consolidar el partido o el movimiento, pero se



Tiro al Blanco: Las organizaciones políticas ganan cuando llevan a personas de los anillos externos hacia el centro

necesitan más recursos para acercarlos al centro. No nos referimos a estas personas en este módulo.

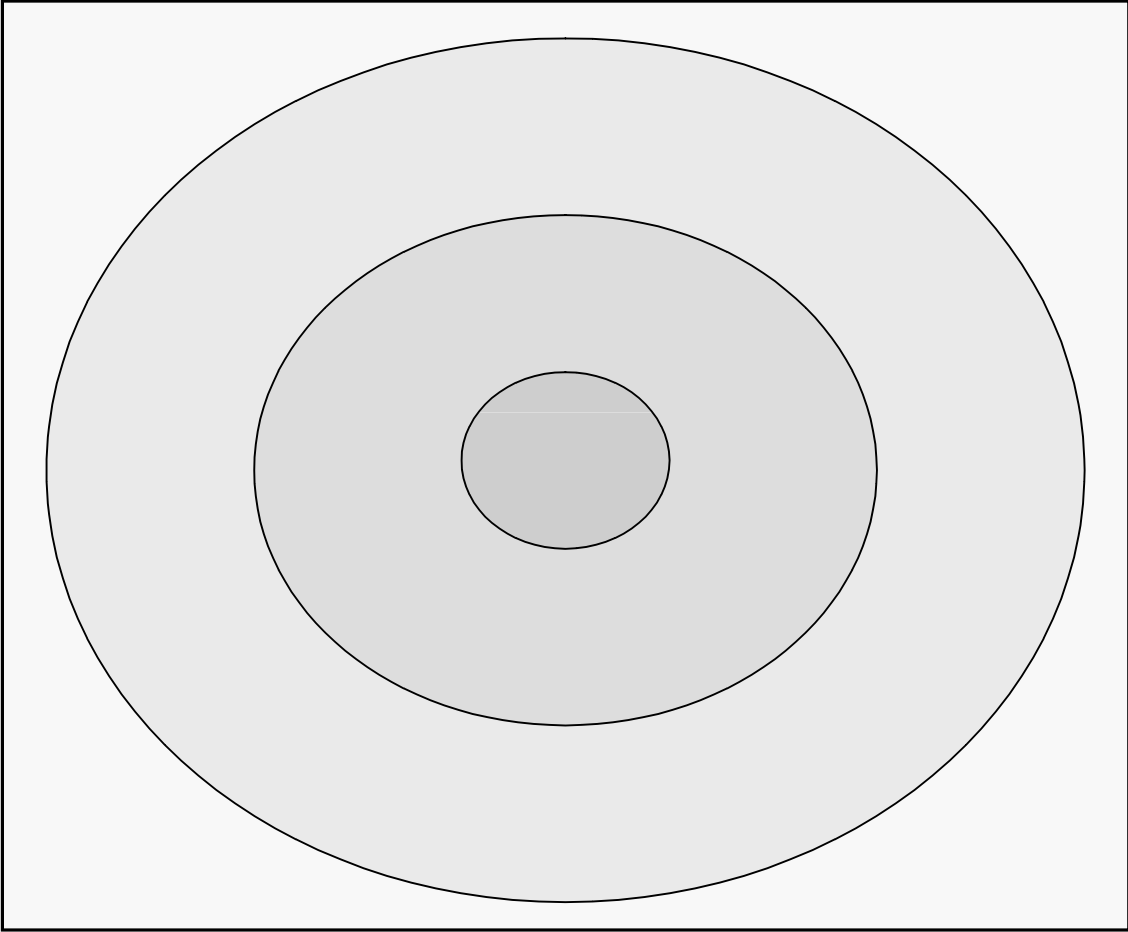
Fuera de los círculos

Fuera de los círculos se encuentra la base de oponentes más importante. No importa lo que ustedes hagan, estas personas pertenecen a sus oponentes y no se les convencerá de respaldar a su organización política. Este es un entorno hostil para su organización política y, por ende, no es un buen lugar para concentrar los preciados recursos al momento de ampliar la base de respaldo. Sin embargo, saber quiénes son, hará que ahorren dinero y tiempo al no tratar de pedirles que se conviertan en miembros.

1. Coloque las iniciales para indicar cuáles de los siguientes grupos son miembros estables y sólidos (M), simpatizantes (S), indecisos, volátiles o decrecientes (I) u oposición (O). Añadan cualquier grupo que no se mencione y sean tan específicos como sea posible. Por ejemplo: mujeres entre 18-35 (M), agricultores hombres entre 40-60 (S), etc.

Mujeres/hombres	Urbano/rural	Jóvenes/adultos /adultos mayores
Propietarios/inquilinos	Profesionales/obreros	Con educación/con menos educación
Estudiantes	Maestros	Campesinos
Doctores	Académicos	Madres
Electores por primera vez	Minorías étnicas	Discapacitados
Pensionistas	Indígenas	Pobres/clase media /adinerados
Militares/veteranos		

2. En base a la lista anterior, en el siguiente Tiro al Blanco escriban los nombres de todos los grupos de oposición (O) fuera del círculo externo, indecisos (I) en el anillo externo, simpatizantes (S) en el anillo interno, y los miembros (M) al centro de la diana.



3. ¿A quién colocaron en el anillo de simpatizantes?

Estos son los grupos sobre los cuales harán ahora más investigación, como saber dónde viven. Luego irán a tocarles las puertas y pedirles, mediante el uso de las técnicas adecuadas, pedirles que se conviertan en miembros.

Finalmente...

Tal como en los dardos, el punto importante del Tiro al Blanco es llegar cada vez más al centro. En este caso, el objetivo es llevar a las personas de los círculos externos hacia los internos. En otras palabras, el objetivo es convertir a los electores indecisos en simpatizantes y a los simpatizantes en miembros. Esta técnica puede ser usada también durante periodos electorales, para llevar a aquellos electores algo persuadibles y bastante persuadibles hacia la base de apoyo de la organización política.

Con el Tiro al Blanco, ustedes han tomado un gran universo posible de grupos a los cuales pueden apuntar y los han priorizado identificando a los miembros, simpatizantes, indecisos y oponentes. Recuerden, con tiempo y recursos limitados y el objetivo de ampliar la base de miembros, querrán concentrar su energía en convertir a los simpatizantes en miembros. A medida que se aproximan las elecciones, el equipo electoral puede concentrarse en convertir a los indecisos en simpatizantes, pero por ahora, el propósito es fortalecer a la organización política con nuevos miembros. A fin de hacer que sus esfuerzos sean los más efectivos, ahora necesitarán añadir más detalles sobre los grupos que ustedes han identificado como posibles nuevos miembros para que así puedan tener una mejor idea de quiénes son, qué es importante para ellos, y cómo llegar a ellos. ¿Qué convencerá a estos simpatizantes a convertirse en miembros? Necesitarán investigar más para averiguarlo.

Paso II: Priorizar a los simpatizantes más importantes

Una vez que ya saben qué grupos son los que probablemente simpatizarán con su organización política y se le unirán, deberán priorizarlos entre dichos grupos. Debido a que las organización políticas tienen recursos limitados, uno debe invertir dichos recursos en los grupos que realmente los van a ayudar a cumplir con sus objetivos de membresía. Necesitarán consultar con su organización política sobre los objetivos numéricos. Quizá se den cuenta que el organización política ha decidido concentrarse en un grupo específico, y esto ayudará a saber a quiénes quieren convertir en nuevos miembros.

Ningún partido o movimiento político quiere admitirlo, pero no todos querrán unirse. Sin embargo, eso es normal. Si ustedes ya han hecho el ejercicio del Tiro al Blanco, ya sabrán a qué grupos apuntar. Ahora, hay que asegurar que la organización política sea capaz de cumplir con este objetivo de membresía, reclutando a dichos grupos.

Para eso, necesitarán información demográfica, información sobre quién está registrado para votar en su área, e información acerca de las “cifras-objetivo” de su organización política. Al responder las siguientes preguntas, sean tan precisos y sinceros como sea posible.

Actividad: ¿Quiénes son los simpatizantes más importantes?

Objetivo: Identificar qué “grupos-objetivo” producirán la mayor cantidad de miembros.

1. ¿Cuál es el total de electores en su área? _____ *Ejemplo: 50,000* (colocar este dato en la columna E, pues será usado en la operación numérica))
2. ¿Cuántos nuevos miembros necesita el partido o el movimiento político? _____
3. En la columna A, escriban los grupos que respaldan a su partido/ movimiento político, tal como los identificaron en el Tiro al Blanco. (Estos grupos se encuentran en el círculo interno del Tiro al Blanco).
4. A partir de la información demográfica, indiquen en la columna B el porcentaje de la población total en su área que compone este grupo.
5. En la columna C, estimen el porcentaje de personas en dicho grupo, al que podrán convencer de convertirse en miembros del partido/movimiento político. Refiéranse al comportamiento electoral, sondeos, etc., para ayudarlos a calcular esta cifra. Sean realistas.
6. En la columna D, hagan el cálculo. Esto les mostrará el porcentaje de la población total que su partido/movimiento político podrá reclutar al momento de apuntar a este grupo.
7. Finalmente, hagan el cálculo en la columna E. Esto les mostrará el número de nuevos miembros que pueden esperar reclutar de este grupo.

A	B	C	D	E
Grupo	% total población	Número de personas de este grupo en la población total (B x #1)	% de este grupo que el partido puede convencer ser activos en el partido	Número real de personas de este grupo que se unirán al partido (C x D)
Ejemplo: Camioneros	1.0% son camioneros	1.0% x 50,000 = 500 camioneros	Uno de cada dos camioneros, o 50.0%	500 x 50.0% = 250 nuevos miembros
1.				
2.				
3.				

4.				
TOTAL:				

Como pueden ver a partir del ejemplo ficticio, hablar con 500 camioneros (columna C) para obtener el respaldo activo del 50.0% de los camioneros (columna D), generará 250 nuevos miembros (columna E).

Para repetir: tendrán que hablar con 500 camioneros para generar 250 nuevos miembros.

Al momento de sumar todos los miembros que pueden obtener, habrán producido el NÚMERO REAL TOTAL.

MI NÚMERO REAL TOTAL ES _____ (total de la columna E)

OBJETIVO DE MEMBRESÍA ES _____ (de la pregunta 2 anterior)

<p>¿ES EL NÚMERO REAL TOTAL MAYOR QUE EL OBJETIVO DE MEMBRESÍA?</p> <p>SÍ _____ NO _____</p>
--

Si la respuesta anterior es SÍ, ustedes se encuentran muy bien y pueden continuar con la siguiente sección.

Si la respuesta anterior es NO, es muy importante que regresen al ejercicio del Tiro al Blanco e identifiquen más grupos que puedan convencer de unirse a la organización política. Quizá tengan que encontrar más que los cuatro grupos. Pueden hacer su propio cuadro para añadir dichos grupos.

Una vez que hayan identificado suficientes miembros potenciales como para responder SÍ a la pregunta anterior, ya están listos para saber dónde buscar sus posibles miembros.

Investigar a los posibles miembros

Objetivo: Determinar dónde viven los posibles miembros para que así puedan visitarlos y hacer un sondeo a fin de conocer cuáles son los problemas que los preocupa.

Ahora ya saben quiénes y cuántos electores pueden ustedes esperar que se unan a la organización política. Pero a fin de pedirles que se unan, deberán saber dónde encontrar a estos electores, así como qué temas los preocupan.

Paso I: Identificar los distritos más importantes

No podrán reunirse con cada uno de los simpatizantes en su distrito. Es imposible debido a que no se cuenta con suficiente tiempo. En ese caso, no sirve de nada tocar las puertas en un distrito donde viven sus oponentes políticos y sus familias. Al margen del tiempo, dinero y gente que gasten en dicha provincia, su organización política no encontrará respaldo. Pero eso es normal. Lo que deben hacer ahora es identificar dónde viven sus SIMPATIZANTES MÁS IMPORTANTES.

Pueden aumentar significativamente su membresía sin que los miembros provengan de todas las provincias. Se debe reclutar en aquellos distritos donde su organización política cuenta con un gran respaldo.

Actividad: Escoger el vecindario correcto

Objetivo: Identificar los mejores vecindarios para reclutar nuevos miembros.

1. En la siguiente tabla, coloquen en orden los grupos que han identificado en el ejercicio anterior, los que tienen el mayor potencial de generar miembros como 1 y los de menor potencial como 4. Luego, al costado del nombre del grupo, escriba el número de miembros que esperan reclutar.

Nombre del grupo	Número de miembros	Distrito o vecindario
1.		
2.		
3.		
4.		

2. Ahora, escriba los distritos o vecindarios donde vive la mayoría de las personas que pertenecen a dichos grupos. Por ejemplo, si uno de los grupos que identificaron como sus SIMPATIZANTES MÁS IMPORTANTES son empresarios, quizá vivan y trabajen en distritos en el centro de la ciudad.

3. Usando la información del cuadro anterior, en el siguiente cuadro, sírvanse a escribir el número o nombre de los distritos donde esperan obtener el mayor número de miembros. Estos son los DISTritos MÁS IMPORTANTES.

LOS DISTritos MÁS IMPORTANTES EN MI ÁREA SON:

Finalmente...

Ya saben ahora dónde deben gastar la mayoría de sus recursos. En otras palabras, ya saben dónde gastar su tiempo, dinero y gente. En el siguiente ejercicio, aprenderán cómo puede la organización política empezar a usar su tiempo, gente y dinero para generar nuevos miembros.

Paso II: Determinar los intereses de su grupo objetivo

Debido a que ya hicieron una investigación a fondo sobre los posibles miembros – ya saben qué grupos probablemente los respaldarán, ya saben cuántos nuevos miembros pueden esperar obtener de esos grupos y ya saben dónde viven – ya están casi listos para pedirles a sus simpatizantes más importantes que se conviertan en miembros activos de la organización política.

Es extremadamente importante que su organización política entienda las inquietudes e intereses de los simpatizantes más importantes a fin de que los voluntarios de la organización política puedan hablar con ellos con conocimiento de causa.

Tal como se mencionó anteriormente, existen diversas fuentes públicas y privadas de las cuales obtener información acerca de los intereses de los electores en su área. Una de las mejores maneras de hacer esto es visitar

¿Por qué debe un partido realizar un sondeo?

- ✓ Identificar a nuevos miembros, voluntarios y electores (para reclutarlos y para la base de datos electoral)
- ✓ Mejorar los mensajes dirigidos en los materiales impresos, ya que se conocen las inquietudes e intereses de los simpatizantes
- ✓ Mostrar que su partido está interesado en los electores y sus inquietudes, no sólo durante el periodo electoral.
- ✓ Identificar fortalezas y debilidades del partido.
- ✓ Poner a prueba las nuevas políticas, pidiéndole a los ciudadanos su opinión.
- ✓ Lograr experiencia en los voluntarios antes de la siguiente elección.
- ✓ Cambiar el estilo de la política.

personalmente a los simpatizantes más importantes y pedirles que llenen una pequeña encuesta para que su organización política pueda servirlos mejor.

Una encuesta entre simpatizantes o sondeo, es una oportunidad de hablar cara a cara con los electores. Es una excelente manera de saber lo que la gente piensa, a fin de crear confianza y credibilidad de los electores en su organización política, promover su organización política y reclutar a nuevos voluntarios y miembros.

Actividad: Elaborar un cuestionario

Objetivo: Diseñar un pequeño cuestionario para saber cuáles son las inquietudes e intereses de sus simpatizantes.

Sigan los siguientes consejos para elaborar un cuestionario que los voluntarios de la organización política puedan usar, a medida que van de puerta en puerta buscando la contribución de los simpatizantes.

- ✓ El nombre de la organización política debe ser visible, para que así la gente lo reconozca.
- ✓ Introducción - Explicar brevemente que el propósito del cuestionario es pedir las opiniones de las personas, (a fin de mostrar que el organización política realmente está interesado en ellos).
- ✓ El cuestionario no debe tener más de ocho preguntas sobre temas locales (primera página) como nacionales (página posterior).
- ✓ En la parte posterior del cuestionario se deben colocar las preguntas importantes que les indiquen las preferencias partidarias del elector. Esta información es esencial para que la organización política empiece el proceso de identificar a sus simpatizantes y para desarrollar padrones electorales.
- ✓ Dejen siempre espacio en la parte posterior para que los encuestados añadan sus comentarios e incluyan además una invitación para que luego reciban información adicional sobre la organización política, y de esta manera puedan unirse y participar.
- ✓ Dejen espacio para que los encuestados coloquen sus nombres, direcciones y números telefónicos. Esto es esencial para los padrones electorales.

¿Qué preguntas pueden incluir en el cuestionario?

- ✓ ¿Cuál es la inquietud más importante que tiene sobre nuestra comunidad?
- ✓ ¿Qué quiere usted para sus hijos?
- ✓ ¿Qué quiere usted para el futuro?

- ✓ El diseño del cuestionario debe ser simple y directo. Las personas deben ser capaces de entender el cuestionario y llenarlo con facilidad en menos de 5 minutos.

Diseñe el cuestionario en una hoja de papel separada.

Finalmente...

Con este cuestionario en mano, un mapa, un guión recomendado, un acompañante y un registro de sondeos, los voluntarios de la organización política pueden ir de puerta en puerta en los “vecindarios-objetivo” e investigar las inquietudes e intereses de los posibles nuevos miembros. Lo que necesitarán para el siguiente ejercicio es conocer sus inquietudes e intereses.

Desarrollar un mensaje persuasivo

Objetivo: En base a la Caja de Mensajes, desarrollar un mensaje persuasivo para usarse al momento de pedir a los simpatizantes que se unan al organización política.

Su organización política probablemente conoce ya su comunidad a profundidad y los problemas que ésta enfrenta. Sin embargo, sólo conocer a su comunidad no es suficiente para convencer a nuevas personas a unirse a la organización política. Es importante investigar acerca de las percepciones de los electores a fin de crear un mensaje que muestre el conocimiento que tiene su organización política y así convencer a los posibles nuevos miembros de que ustedes tienen las mejores soluciones a los problemas que enfrentan y que ustedes lucharán por hacer sus vidas más fáciles.

Un mensaje es un cuerpo conciso de información veraz que da la razón persuasiva para que un elector decida apoyar a la organización política activamente y se convierta en miembro. Al buscar nuevos miembros, su organización política debe elaborar cuidadosamente un mensaje que realmente haga eco en el “público-objetivo”. En esta sección, ustedes practicarán el desarrollo de un mensaje persuasivo que aborde las inquietudes de los “grupos-objetivo” y muestre que las soluciones a dichos problemas provienen de su organización política.

Mejor práctica de alcance
El partido desarrolla mensajes dirigidos y los comunica a todos los niveles del partido

Aun cuando hay diversas razones por las que las personas se afilian a una organización política, la mayoría de personas que viven en democracias son motivadas por creencias personales y apoyan a las organizaciones políticas cuyas filosofías y políticas sean similares a las de ellos.

Las personas respaldan a una organización política cuando este puede demostrar de una manera clara, concisa y convincente que:

- La organización política realmente toma en cuenta los problemas de los ciudadanos y sus esperanzas para el futuro.
- La organización política tiene un plan específico, inmediato y viable para mejorar las vidas de los ciudadanos.

Actividad: Caja de Mensajes

Objetivo: Desarrollar un mensaje efectivo anticipando los intereses e inquietudes del grupo objetivo así como la opinión de su organización política

1. ¿Qué temas son esenciales para sus SIMPATIZANTES MÁS IMPORTANTES? (Obtenga esta información de un sondeo u otro tipo de investigación.)

1.

2.

3.

2. Necesitarán explicar a su público objetivo la opinión que tiene la organización política acerca de dichos temas y considerar además las posiciones de otras organizaciones políticas. Llene la siguiente Caja de Mensajes para cada uno de los tres temas enumerados arriba.

<u>Nosotros</u> Nosotros	<u>Ellos</u> Nosotros
¿Qué decimos nosotros sobre este tema?	¿Qué dice la oposición sobre nuestras opiniones/propuestas relacionadas con este tema?
<u>Nosotros</u> Ellos	<u>Ellos</u> Ellos
¿Qué decimos nosotros de las opiniones/propuestas relacionadas con este tema de la organización política de la oposición?	¿Qué dice la organización política de la oposición sobre este tema?

3. Ahora use la información en la Caja de Mensajes para poder elaborar un mensaje claro, conciso y convincente que demostrará al elector que su organización política comparte sus inquietudes. Los electores han escuchado muchas promesas, por ello ustedes deben probar que

su organización política es seria, dando un ejemplo específico de una política que aborde dicho tema. (De no estar seguro de cuáles son los lineamientos de la organización política, asegúrense de obtener dicha información de la misma organización política).

Mensaje: (Puede incluir una promesa de la organización política)

Política: (¿Cómo se cumplirá el mensaje o la promesa de la organización política?)

4. Una vez que tengan una Caja de Mensajes acerca de todos los temas que preocupan al "público-objetivo", y después de practicar el mensaje, podrán responder fácilmente las preguntas que tengan, y lo que es más importante, podrán hablar con mucha fluidez y conocimiento del tema, mostrando así al posible miembro que realmente le interesa al partido cada uno de estos problemas.

Finalmente...

Recuerden que deben asegurar que todos en su organización política sepan el mensaje y lo usen. Algunas organizaciones políticas reproducen la Caja de Mensajes en boletines y materiales para los miembros, de esa manera todos literalmente están en la misma página. Después del siguiente ejercicio, ya estarán listos para poder reunirse con sus simpatizantes, y pedirles que se unan a la organización política.

Elaborar y practicar la estrategia de alcance

Objetivo: Identificar una variedad de métodos para entregar el mensaje a la “audiencia-objetivo,” así como practicar el mensaje antes de usarlo en la vida real.

Una vez que la organización política ha desarrollado su mensaje, necesitarán decidir cómo lo transmitirán y, lo que es más importante, practicar, practicar y practicar.

Paso I: Identificar el método de entrega del mensaje

Existen diversas maneras de hacer llegar el mensaje al público objetivo, pero algunas son mejores que otras. A continuación les ofrecemos cuatro métodos tradicionales de comunicar un mensaje:

1. En persona (nos concentraremos en este método)
2. Por teléfono
3. A través de los medios (radio, TV, diarios, internet)
4. Por correo normal o electrónico

Mejor práctica de alcance

El partido desarrolla estrategias de comunicación especificando tareas y responsabilidades para el personal y voluntarios

La primera pregunta que deben hacerse al momento de decidir qué medio usarán para transmitir su mensaje, es cómo el “público-objetivo” obtiene información. Asimismo, necesitarán considerar qué tan difícil será persuadir a estos simpatizantes que se conviertan en miembros. Los entornos más difíciles requieren un contacto más personal.

Existen también muchas nuevas tecnologías de comunicación hoy en día. ¿Qué otros métodos pueden usar para comunicarse con la audiencia objetivo? Recuerden que la mejor manera de comunicarse con una audiencia es a través de aquellos medios que ya usan y con los que se sienten cómodos.

Piensen de manera creativa. Transmitir mensajes personalmente significa ir de puerta en puerta, pero también puede significar ir a lugares donde se reúne dicho público objetivo. Continuando con el ejemplo de la juventud como objetivo, si

¿De qué manera podría su partido transmitir el mensaje a sus partidarios?

- ✓ Sondeos de puerta en puerta
- ✓ Solicitudes, rifas y subastas
- ✓ Afiches y banderines
- ✓ Obras, shows de títeres y teatros locales
- ✓ Festivales y reuniones políticas
- ✓ Folletos y panfletos
- ✓ Manifiestos de política y documentos de discusión
- ✓ Notas de prensa
- ✓ Eventos con prensa
- ✓ Transmisiones en radio y televisión
- ✓ Discusiones con los líderes de la comunidad

los jóvenes en su área se reúnen en clubes deportivos o fiestas, ustedes podrían decidir reclutarlos allí. O incluso llevar a cabo un evento específicamente para ese público objetivo. Los activistas locales del organización política, especialmente los jóvenes, pueden ayudar a identificar un buen lugar en el cual presentar el mensaje al grupo objetivo.

Una vez que hayan desarrollado una estrategia para la campaña de reclutamiento, deben salir a encontrarse con sus simpatizantes.

Determinar los lugares que no sean los hogares para encontrar a los posibles miembros

Su organización política quizá decida reclutar nuevos miembros en otros lugares que no sean los hogares de los simpatizantes. Siempre con los distritos más importantes en mente, sus voluntarios deben ir a aquellos lugares donde se congregue la gente—mucha gente. Lo que es más importante, deben ir a lugares donde acudan sus SIMPATIZANTES MÁS IMPORTANTES. No esperen a que ellos se acerquen a ustedes. Ustedes deben ir a buscarlos.

Actividad: ¿Hay alguien en casa?

Objetivo: Determinar el mejor lugar para encontrar a sus simpatizantes

Un buen lugar para encontrar a las personas en la mañana son las paradas de autobús. En el espacio a continuación, enumere 5 lugares donde se pueden encontrar a sus Simpatizantes Más Importantes y el mejor momento del día para encontrarlos.

PARTIDARIOS MÁS IMPORTANTES	LUGAR	MOMENTO DEL DÍA
1.		
2.		
3.		
4.		

Pueden usar esta información para elaborar la estrategia de alcance.

Finalmente...

Como pueden ver, existe una variedad de lugares donde pueden encontrar a sus simpatizantes más importantes a fin de convencerlos de unirse a la organización política, incluyendo sus hogares. Esta es una manera de comunicarse con los electores que es efectiva desde Santiago hasta Santo Domingo y es justamente el punto central del ejercicio final de este módulo.

Paso II: Practique alcanzar nuevos miembros

Todo el gran esfuerzo realizado para desarrollar la estrategia de qué hacer y cómo apuntalar más miembros para su organización política se desperdiciará al menos que practiquen cómo transmitir dicho mensaje. Esto es importante para cualquier tipo de reclutamiento de persona a persona como el que se hace de puerta en puerta. Su organización política debe movilizar y capacitar a sus miembros para usar el mensaje. Cada vez que un miembro de su organización política entra en contacto con un miembro del grupo objetivo, ellos deberán ser capaces de usar el mensaje de la organización política de manera efectiva. Los ejercicios de juego de roles pueden ayudar. Los pueden crear ustedes mismos, o usar el que se encuentra a continuación.

Mejor práctica de alcance

El partido usa una metodología interactiva para capacitar a los miembros sobre cómo reclutar en nuevos sectores

Algo que deben considerar, es practicar la entrega del mensaje con sus amigos, familia y voluntarios. Ellos les darán su opinión y les dirán qué suena bien y qué necesitan mejorar.

Juego de roles: Reclutando puerta en puerta

Objetivo: Crear confianza por medio del mensaje de la organización política al momento de reclutar nuevos miembros.

Antes de salir a tocar puertas, cada voluntario debe practicar.

Necesitará a dos personas más (aparte de usted), para fungir como un par de voluntarios y un elector.

El elector deberá decidir si será un partidario o no y si está interesado en unirse o no. Los voluntarios encontrarán toda clase de personas detrás de la puerta.

Los voluntarios deben llevar las instrucciones y un listado de electores (ver siguiente página) para registrar los resultados de la visita. Para este ejercicio, también deben crear una Caja de Mensajes dirigida específicamente a los electores que están visitando.

¿Por qué ir de puerta en puerta es una buena manera de reclutar nuevos miembros?

- ✓ No es costoso
- ✓ Muestra a la gente que realmente está lo suficientemente interesada como para ir y reunirse con ellos
- ✓ Pueden obtener retroalimentación inmediata acerca de cómo los ven en la comunidad

Practicar esto hasta que se sientan cómodos con el guión y estén listos para hacerlo de verdad.

Modelo de instrucciones para reclutar miembros

Muchas gracias por apoyar a nuestro partido para reclutar a nuevos miembros. El representante del partido ya les debe haber informado, y ya deben haber pasado por una extensa capacitación de reclutamiento de puerta en puerta y sobre el uso del mensaje que hemos desarrollado para alcanzar a las mujeres como grupo objetivo. Sírvanse leer estas instrucciones antes de empezar.

El propósito de este esfuerzo es aumentar la membresía de las mujeres en nuestro partido.

En este paquete, Usted y su colega encontrarán:

1. Un mapa del distrito que cubriránUna lista de ubicaciones a las cuales dirigirse
2. Una etiqueta con su nombre y la afiliación al partido
3. Una tarjeta personal, o una hoja con su información personal para entregar al elector.
4. Un registro de sondeos para colocar los resultados de este esfuerzo.
5. La caja de mensajes

Tocar la puerta...
Ir a cada hogar de la lista. Tocar la puerta. Aquí tienen un modelo del guión que pueden usar: "Hola, mi nombre es _____ y soy voluntario del partido político _____. Como sabrá, recientemente hemos realizado una encuesta y quería saber si tiene alguna pregunta".

Responder a las preguntas del elector...
Apliquen lo que aprendieron en la capacitación usando el triángulo de mensajes. Si ni usted ni su colega saben la respuesta, escríbanla y díganle al elector que averiguarán la respuesta.

Pídanle que se una...

Aquí tienen un modelo del guión que pueden usar: "Nos daría mucho gusto si participa en el partido. ¿Estaría usted interesado/a en convertirse en miembro?"

Si responden que sí, escriba su información personal en el registro de sondeos y díganle que alguien del partido lo/a contactará pronto.

Si dice que no, agradézcanle por su tiempo, y denle su información personal en caso de que tenga preguntas sobre el partido en el futuro.

Cuando haya terminado...Sírvanse a devolver el registro de sondeos y cualquier material que no hayan usado a esta oficina. ¡Gracias!

Modelo de registro de electores

Distrito #:

Fecha:

Nombre de calle:

Encuestador:

#	Casa #	Nombre del votante	# votantes en hogar	Teléfono	Comentarios
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
11.					
12.					

Regresar a:

Oficina, Nombre,

Dirección, Teléfono, Fax

Repaso

Ahora, ya están listos para ayudar a su organización política a aumentar el número de miembros a través del alcance a nuevos sectores. Necesitarán aplicar cada uno de estos pasos para crear un Plan de alcance, practicarlo y luego implementar el programa. Revisemos los objetivos de este módulo y lo que saben ahora sobre cómo alcanzar nuevos sectores:

Mejores prácticas de alcance a nuevos sectores

- El partido recluta a los miembros de nuevos sectores en base a una sólida investigación.
- El partido desarrolla mensajes dirigidos y los comunica a todos los niveles del partido.
- El partido desarrolla estrategias de comunicación, especificando tareas y responsabilidades para el personal y voluntarios.
- El partido usa una metodología interactiva para capacitar a los miembros sobre cómo reclutar en nuevos sectores.

Remitiéndose a los objetivos de este módulo, ahora deberían poder:

- ✓ Definir los beneficios de alcance a nuevos sectores
 - Aumenta la membresía y votos para la organización política
 - Aumenta las fuentes potenciales de recursos humanos y financieros
 - Demuestra que una organización política es dinámica y se preocupa por el crecimiento y desarrollo
 - Permite elaborar políticas de la organización política más informadas
- ✓ Usar técnicas para identificar, indagar y apuntar hacia posibles miembros
 - Analizar las necesidades de la organización política
 - Identificar posibles nuevos miembros con el Tiro al Blanco
 - Priorizar estos miembros entre Simpatizantes Más Importantes y Distritos Más Importantes
 - Hacer los últimos ajustes a la investigación por medio del sondeo
 - Crear un mensaje dirigido en base a la investigación usando la Caja de Mensajes

Practicar el reclutamiento de nuevos miembros

- Con el ejercicio de puerta en puerta

Finalmente...

Aquellas organizaciones políticas con buenos programas de alcance, son capaces de cumplir con su rol asignado dentro de la sociedad. Cuando las organizaciones políticas reclutan miembros de nuevos sectores, están incrementando con ello su capacidad de competir y ganar elecciones, a la vez que aumenta su número de electores. Estos partidos modernos y dinámicos representan a una mayor parte de la sociedad, ya que amplían el tipo de personas a las que llegan y brindan alternativas de políticas que otras organizaciones políticas no pueden, a través de consultas con estos nuevos sectores. En el proceso, las organizaciones políticas que reclutan miembros de nuevos sectores pueden identificar y capacitar a nuevos líderes políticos de las organizaciones políticas y del país.

¡Buena suerte!

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de la *Fundación Nacional para la Democracia (NED)*, bajo el acuerdo número 2008-320U. Las opiniones expresadas en este documento son de los autores y no necesariamente reflejan las opiniones de la *Fundación Nacional para la Democracia*.

Erica Breth y Julian Quibell, Editores
 Copyright © National Democratic Institute for International Affairs (NDI) 2003
 Todos los derechos reservados.

Porciones de este documento pueden ser reproducidas y/o traducidas para propósitos no-comerciales bajo la condición de que el NDI sea reconocido como la fuente del material, sea notificado y se le envíen copias de la traducción.

Instituto Nacional Demócrata - Ecuador
 Shyris y Suecia • Edf. Renazzo Plaza • Oficina709
 Quito, Ecuador
 Tel. 02.600.5873 • 02.600.5874 • 02.600.5875
 squimbaya@ndi.org • www.ndi.org

2030 M Street, NW • Floor 5
 Washington, DC 20036
 Tel 202.728.5500 • Fax 202.728.5520
 www.ndi.org