

CANVAS ELECTORAL

Este Canvas Electoral es una herramienta inspirada en el Business Model Canvas, que sirve para desarrollar o documentar un proyecto de una campaña electoral.

Idealmente, este Canvas debe ser llenado por todo el equipo. No te preocupes si no queda perfecto la primera vez, eso te servirá como un diagnóstico. Con el tiempo irás afinando las informaciones y este documento pasará a ser un instrumento de consulta para todo el equipo.

Señalamos en blanco los espacios para que llenes tus informaciones. Conforme vas llenándolo, puedes ir borrando los textos explicativos.

[Nombre de la candidata]

Cargo XXXXXXX	Partido XXXXXXX
Distrito XXXXXXX	Región XXXXXXX

Meta de votos XXXX

PRINCIPIOS

Enlista tres principios que te guiarán por todo el proceso, aquello que es cercano y verdadero para ti, sin importar el contexto. Para ayudar, aunque te parezca obvio, describe el principio en una frase, para otorgarle significado.

Ejemplo: Austeridad - La campaña es construida de la forma más austera posible, evitando gastos innecesarios y valorizando la organización voluntaria.

Principio 1

Principio 2

Principio 3

CAUSAS

Las causas son áreas, banderas y agendas en las cuales vas a concentrar tu actividad constituyente. Enlista tres causas que vas a defender en tu proceso representativo.

Para cada causa describe:

- *¿Por qué esa causa es importante para las personas de tu distrito/territorio?*
- *¿Por qué tú eres una persona calificada para hablar y representar este tema? Ojo: no hablamos de calificación académica únicamente.*

Causa 1	Es importante para las personas porque...	Estoy calificada para representar esta causa porque...
Causa 2		
Causa 3		

COMPROMISOS

Enlista tres compromisos concretos que vas a cumplir durante tu mandato. En general, aquí tiene sentido mencionar tu propia actividad, que no depende de otras personas más que de ti misma. Por la propia naturaleza de la actividad legislativa, tiene más sentido que te comprometas con algunas formas, y no solamente contenidos. Ejemplo: Voy a hacer informes abiertos de forma semanal.

Compromiso 1

Compromiso 2

Compromiso 3

CANDIDATA

Característica positiva

Enlista aquí una característica positiva que te diferencia, algo que - desde el punto de vista electoral - tú consideras que es un valor que va a atraer a las electoras.

“Yo votaría por XXX porque ella es ----”

Característica negativa

Enlista aquí una característica negativa que - desde el punto de vista electoral - tú consideras que puede alejar a las electoras:

“Yo no votaría por XXX porque ella es ----”

“Votaría por XXX, pero ella es-----”

Un talento

Que te ayude a ser una buena representante

Una limitación

Una dificultad que tengas que puede limitarte.

Una experiencia de vida.

La idea aquí es que de manera muy sintética y directa puedas contar una historia sobre algo que viviste y que pueda expresar los puntos mencionados encima (característica positiva, negativa, talento, limitación, principios y banderas)

Intenta encontrar una historia que coloque en evidencia los puntos positivos, así como las formas en las que superaste tus limitaciones.

El valor de este ejercicio está en encontrar narrativa simple y directa que pueda conectar contigo y tus electoras, contando de manera concreta cómo piensas y cómo actúas en el mundo.

CANALES

Tus redes sociales

Cuáles son las páginas y perfiles oficiales que usarás.

Otras herramientas

Algún grupo, foro, lista de correos.
Tienes acceso a periodistas, vehículos informativos físicos o digitales.

Otras redes sociales

A qué otras redes sociales tienes acceso.

Redes temáticas y territoriales

A cuáles colectivos, grupos, movimientos, empresas, entre otros, tienes acceso para conversar, presentar tu propuesta, invitarles a participar a tu campaña o votar por ti.

ELECTORADO

Describe aquí tres posibles electoras de nichos diferentes.

La idea es que describas una electora o elector real, alguien **con nombre y apellido** y que sepas que, por su perfil, es alguien que va a votar por ti. Después, generaliza esas características para encontrar “tipos” de electores.

Ejemplo:

"Amaya, 33 años, vive en el Barrio Providencia, es madre soltera y trabaja en la industria creativa. Va a votar por mi porque reconoce en mi una feminista preocupada con la infancia."

"Pablo, 26 años, habitante de La Pintana, es estudiante universitario y va a votar por mi porque considera que tengo experiencia en la administración pública."

REDES PERSONALES DE LA CANDIDATA

Para este ejercicio, el objetivo es que puedas mapear tus redes, de las más cercanas, hasta las más influyentes.

30 primeros votos

10 personas involucradas
en tu campaña

Influencers

COMPETIDORES

¿Con quiénes vas a disputar el voto? Piensa en competidores tanto temáticos como territoriales.

[NOMBRE]	[PARTIDO]
[NOMBRE]	[PARTIDO]
[NOMBRE]	[PARTIDO]

COSTOS DE TU CAMPAÑA

Valor total de tu campaña

\$

Si no lo tienes todavía, igual pon un número. Todo bien si no tienes el valor exacto y un presupuesto bien hecho, pero te servirá ir trabajando alrededor de un número.

¿CÓMO VAS A CONSEGUIR ESE DINERO?

Con base en tu idea de lo que te va a costar tu campaña, haz una lluvia de ideas sobre cómo vas a captar ese recurso.

Actividades de captación