

CANVAS ELECTORAL

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

Lo ideal es que sea completado de manera colaborativa por todo el equipo. No te preocupes si no queda perfecto en el primer intento: ese primer borrador servirá como diagnóstico inicial. Con el tiempo, podrás afinar la información y convertir este documento en una guía de consulta para el equipo.

Importante:

Las casillas en blanco están destinadas para que ingreses la información correspondiente. En algunos apartados encontrarás ejemplos que te ayudarán a comprender mejor cómo diligenciar la información. Puedes usarlos como guía y adaptarlos a las necesidades específicas de tu campaña.

Empecemos!

Nombre de la candidato/a

Cargo

Partido

Distrito

Región

Meta de votos

Principios

Enumera tres principios que te guiarán a lo largo de todo el proceso: aquellos valores que son cercanos y verdaderos para ti, sin importar el contexto. Para darles mayor significado, describe cada principio con una frase, incluso si te parece obvio.

Ejemplo:

Austeridad – La campaña se construye de la forma más austera posible, evitando gastos innecesarios y valorando 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 calificado/a 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:

Candidato/a

En este punto la idea es construir una narrativa personal que muestre quién eres y cómo podrías representar a otras personas. Identifica una característica positiva, una negativa, un talento, una limitación y una experiencia de vida que refleje todo lo anterior.

Característica positiva

Característica negativa

Un talento

Una limitación

Una experiencia de vida

Canales

En este espacio, reúne la información sobre tus canales de comunicación. Indica tus redes sociales oficiales, otras plataformas digitales que uses, así como los colectivos, movimientos y/o empresas con los que tienes contacto. Esto te ayudará a mapear por dónde puedes difundir tu mensaje y fortalecer tu campaña.

Tus redes sociales

Otras plataformas (Algún grupo, foro, lista de correos)

Otras redes sociales

Redes temáticas y territoriales

(colectivos, movimientos, empresas, etc)

Electorado

Anota tus 30 primeros votos seguros, al menos 10 personas que pueden ayudarte activamente en la campaña, y algunos influencers o personas con alcance que podrían amplificar tu mensaje.

Este ejercicio te ayudará a visualizar tu base inicial de apoyo.

Ejemplo:

Amaya tiene 33 años, vive en el barrio Providencia, es madre soltera y trabaja en la industria creativa. Va a votar por mí porque se identifica con mi mirada feminista y valora mi compromiso con la infancia.

Arquetipo 1:

Arquetipo 2:

Arquetipo 3:

Red de apoyo

Haz una lista de las 30 primeras personas que crees que votarían por ti y de al menos 10 personas que podrían involucrarse activamente en tu campaña (ayudarte a difundir, coordinar, acompañarte). Además, piensa en influencers o personas con alcance en redes o en la comunidad que podrían apoyar o amplificar tu mensaje.

30 primeros votos (Personas que sabes que votarían por ti)

10 personas (Quienes te ayuden con difusión, coordinación o acompañamiento)

Influencers (Líderes comunitarios, artistas, medios, etc)

Competidores

Identifica a las personas, candidaturas o grupos con los que vas a disputar el voto. Piensa en competidores temáticos (quienes promueven causas o ideas similares a las tuyas) y territoriales (quienes están presentes en los mismos espacios o comunidades que tú).

Competidor 1

Nombre del candidato/a

Partido

Competidor 2

Nombre del candidato/a

Partido

Competidor 3

Nombre del candidato/a

Partido

Competidor 4

Nombre del candidato/a

Partido

Costo estimado de tu campaña

Define un valor estimado para tu campaña. No es necesario que tengas un presupuesto exacto, pero ponerle un número, aunque sea aproximado, te ayudará a empezar a planificar con más claridad. Pensar en este monto te servirá para imaginar qué necesitas, cuánto podrías recaudar y cómo organizar mejor tus recursos.

Costo estimado de tu campaña

¿Cómo vas a conseguir ese dinero?

Con base en el costo estimado de tu campaña, haz una lluvia de ideas sobre posibles formas de financiamiento. Piensa en aportes individuales, actividades de recaudación, donaciones, ventas, alianzas o cualquier estrategia creativa que te ayude a captar esos recursos. Este ejercicio te permitirá visualizar oportunidades concretas para sostener tu campaña desde el inicio.

Actividades de recaudamiento

Actividad 1:

Actividad 2:

Actividad 3:
