
Mercadotecnia Política

Análisis preliminar del candidato y la candidatura

Christian Cruz Castro

2. La mezcla electoral

a) 2 posiciones:

- 1) Cuando se trate de un partido y candidatos que son desconocidos, se debe decidir cómo se van a presentar en el mercado político, que atributos se van a destacar y de qué forma habrán de introducirse al mismo.
- 2) Si son candidatos que ya tienen una imagen, se debe decidir si continúan con ella o si deben modificarla de manera parcial o total.



Christian Cruz Castro

b) Evaluación del candidato

1) ¿El partido y el candidato tienen probabilidades reales para ganar la elección?

2) ¿El candidato es la mejor elección que el partido puede hacer?

3) ¿El candidato será apoyado por la mayoría de los partidarios?

4) ¿El candidato es una persona abierta a la crítica constructiva y con capacidad de reacción ante la retroalimentación negativa?





c) Habilidades del candidato

- 1) Acceso a las fuentes que inician los procesos políticos dentro y fuera del partido (dirigencia partidista, líderes empresariales y sindicales, líderes religiosos, líderes de opinión pública, gobernadores, senadores, diputados, etc.)
- 2) Cercanía y acceso a los medios de comunicación (dueños y periodistas)
- 3) Influencia sobre los grupos del partido y la sociedad
- 4) Habilidad para obtener apoyo de grupos privados
- 5) Destreza política
- 6) Energía y capacidad de concentración
- 7) Acceso a quienes toman decisiones
- 8) Relación con expertos y analistas políticos
- 9) Recursos personales o capacidad para obtener financiamiento
- 10) Características o cercanía al perfil que demanda la población (el cual se conoce mediante encuestas, estudios e información de artículos periodísticos, notas, reportajes, columnas políticas y editoriales)
- 11) Liderazgo



d) Liderazgo

- 1) Conocimiento de su entorno político, económico y social
- 2) Autodominio (control sobre sus pasiones y manejo de sus emociones)
- 3) Visión (ideal definido y manera de lograrlo)
- 4) Enfoque (capacidad para centrarse en llevar a cabo su ideal)
- 5) Paciencia en el logro de su ideal (los políticos deben recordar que la imagen y la consecución de su ideal se obtienen a mediano y largo plazos)
- 6) Capacidad para ofrecer retroalimentación positiva a su grupo y dar crédito a los demás (reconocimiento a cada quien cuando se alcanza un logro, halago por el esfuerzo y labor de coaching: el líder debe ser un entrenador)
- 7) Iniciativa propia
- 8) Respeto a los demás (militantes propios, contrincantes y electorado: a todos)
- 9) Sensibilidad (capacidad para reconocer las necesidades de los demás)
- 10) Sentido común
- 11) Capacidad de trabajo en equipo y de conciliación
- 12) Proyección de energía positiva y optimismo



e) Una vez elegido el candidato

- 1) Prepararse para la selección interna
- 2) Plan de relaciones públicas



f) La convención interna

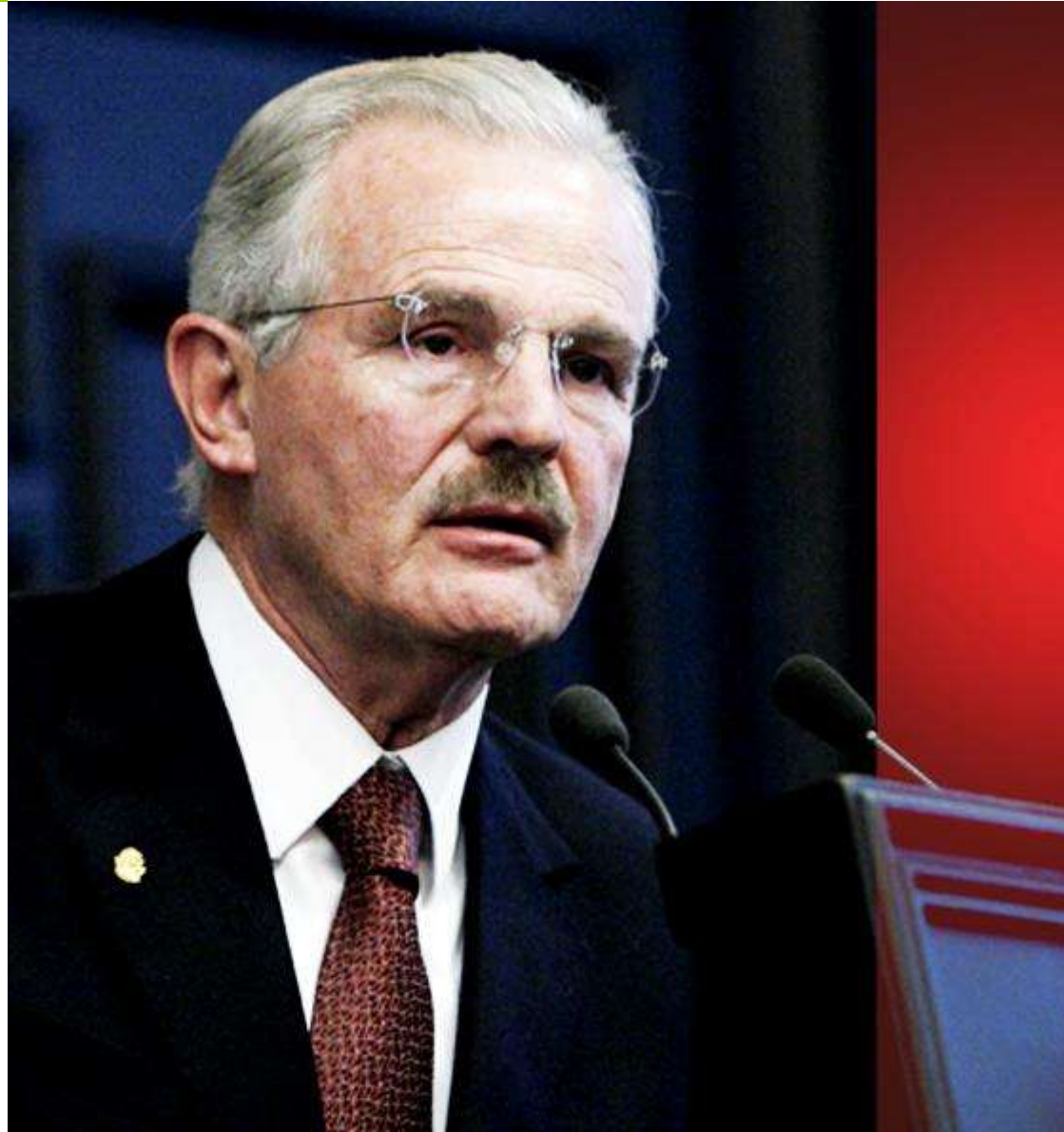
1) Método de elección en el que, con base en los estatutos partidistas, los delegados o representantes de grupos (secciones, regiones, provincias, subagrupaciones, delegaciones, etc.) deciden con su voto quién será el candidato de su partido en una campaña electoral.



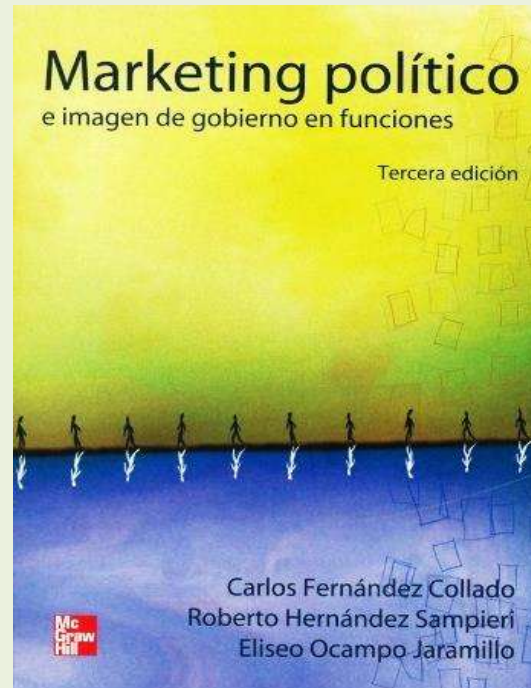
g) La elección directa

1) Si bien el objetivo es obtener la nominación para ser el candidato de una fuerza política, se trata, de hecho, de una campaña política directa ante el electorado o parte de éste (piloto o elección primaria).

2) Ejemplo: en 1999, el PRI abrió a la participación ciudadana la elección de su candidato a la presidencia de la República. Alrededor de 10 millones de votantes en todo el país participaron en la elección, de la cual surgió Francisco Labastida como candidato, por encima de Roberto Madrazo, Manuel Bartlett y Humberto Roque.



Fuente:



*Marketing político e imagen
de gobierno en funciones /
Carlos Fernández, Roberto
Hernández, Eliseo Ocampo*

EJERCICIO
Pensamiento Crítico

01. Pensamiento Crítico

A continuación revisaremos algunas sugerencias de los autores **Carlos Fernández, Roberto Hernández y Eliseo Ocampo** sobre cómo debe ser la preparación de un candidato para una contienda política. Al terminar **reflexiona:**

¿Estas de acuerdo con las propuestas de los autores?

Redacta un ensayo crítico en el que expreses/justifiques tus opiniones.

Palabras clave: *redes sociales, honestidad, participación, innovación, nuevos actores*



Sugerencias

- 1) Realice un sondeo entre miembros del partido para conocer sus expectativas e intereses; y saber cuál, según ellos, es el perfil ideal de un candidato y lo que desean escuchar en la convención.
- 2) Motive el mayor número de personas posible para que asistan a apoyarlo.
- 3) Realice cabildeo previo con todos los delegados o personas que tengan poder de voto en la convención.
- 4) Saca el máximo provecho de Internet, envía propuestas, el perfil y diseña un sitio web en el que se pueda consultar todo lo referente a la precampaña.
- 5) Envíe a todos los miembros del partido con derecho a voto su propuesta, perfil y razones por las que considera que usted es la mejor opción del partido, aunque recuerde que no existe método más eficaz que el contacto cara a cara, en reuniones individuales o grupales (máximo 9 participantes).



6) Durante la convención, controle la ubicación de sus partidarios para lograr mayor impacto perceptual.

7) Asegúrese de que sus carteles o mantas sean los más visibles e impactantes. Colóquelos donde más llamen la atención.

8) Utilice luces que iluminen los carteles y centren la atención de los asistentes.

9) Distribuya carteles que contengan una fotografía del candidato en su mejor ángulo, de frente o semiperfil, con expresión sonriente y en la que se observe su mirada. La fotografía debe cubrir 80% del cartel e incluir tanto el nombre de campaña como el logotipo de su partido. No se recomiendan fotografías de la cintura hacia arriba.

10) No distribuya banderines o carteles que no lleven su fotografía.



11) Obsequie a los asistentes camisetas, suéteres o cualquier prenda de vestir con su nombre y logotipo del partido.

12) Realice cabildeo con los representantes de los medios de comunicación. Debe conseguir que estén de su lado.

13) Antes de la convención y respetando los estatutos del partidos, realice una campaña en los medios de comunicación donde se mencione que el candidato es la mejor opción y se justifique plenamente.

14) Transmita a los demás seguridad en que va a ganar la convención.

15) Seleccione un buen orador con prestigio en el partido, para que lo represente en la convención y mencione sus cualidades, sin exagerarlas, así como las razones por las que es considerado la mejor opción.



16) Dentro de las reglas de la convención, procure mantener animados a sus seguidores.

17) Prepare bien las porras, los partidarios deben estar organizados y capacitados para saber cuándo aplaudir, cómo contrarrestar a los grupos opositores y cómo comportarse.

18) Haga un montaje político de calidad. La escenografía es básica.

19) Vístase de acuerdo con las circunstancias y recuerde que la comunicación no verbal es muy importante: entonación de la voz, manejo de silencios, posturas, gestos, uso de las manos.

20) Prepare un buen discurso, tomando en cuenta los resultados del sondeo.



Estructura propuesta para un discurso

1) Panorama general del municipio, estado, región o país donde se celebrarán las elecciones, así como perspectivas futuras.

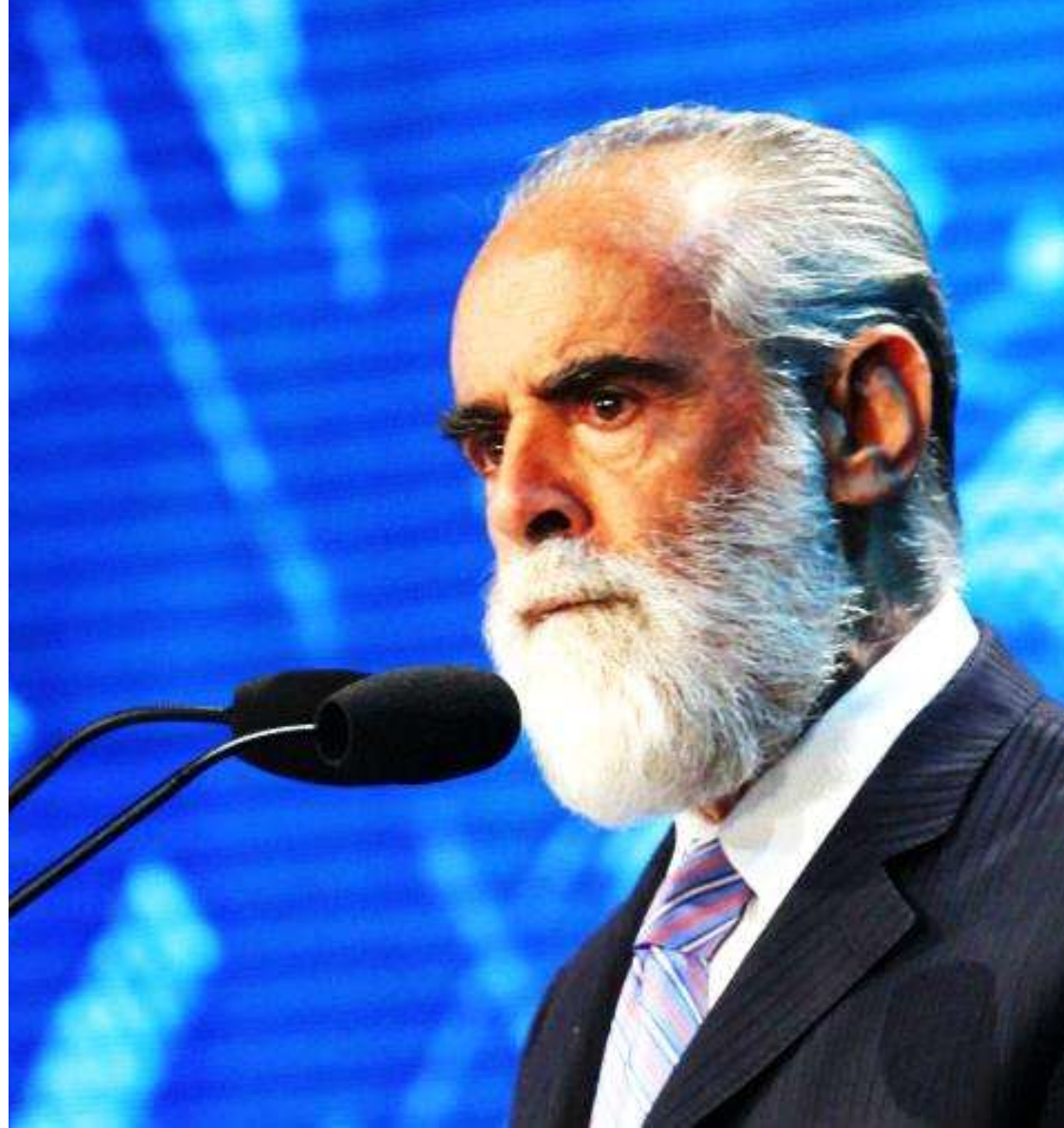
2) Ideales, metas o principios partidistas.

3) Promesas fundamentales de gobierno o gestión.

4) Mensaje central y razones de la precandidatura.

5) Justificación de por qué se es la mejor opción.

6) Mensaje final (emotivo o racional, dependiendo del auditorio y el momento).



02. Pensamiento Crítico

Dada la actual tendencia por la “evaluación de los resultados” conviene cuestionarnos:

a) ¿Cómo **evaluar** el desempeño de nuestros gobernantes? ¿**Qué** evaluar? ¿**Quién** debe evaluar?

Lectura:

Para enriquecer tu reflexión lee el capítulo “*III. El rendimiento del sistema político en relación con las políticas públicas*” (p. 105-128), del libro “*Gobernabilidad, crisis y cambio. Elementos para el estudio de la gobernabilidad de los sistemas políticos en épocas de crisis y cambio*” de **Manuel Alcántara Sáez**





www.christiancruzcastro.com

Facebook: [@christian.investigador](#)

christiancruz3@yahoo.com