

L U M B R E



El plan maestro de campaña

Materia: Dirección de campaña

24/10/2026

Antes de empezar

El documento que ordena todo lo demás: sin plan, cada día es una emergencia. Aquí se construye el rumbo.

QUÉ APRENDERÁS

- Traducir la meta electoral en un plan con objetivos, público, territorio, mensajes y cronograma por fases.

Si no planeas, estás planeando improvisar

Una campaña sin plan se parece a un taxi sin destino: mucho movimiento, poco avance, y el medidor (y el presupuesto) subiendo sin rumbo. El **plan maestro** no es burocracia: es el acuerdo del equipo sobre **a dónde vamos, con qué y en qué orden**.

No necesitas un documento de cien páginas. Necesitas uno que cualquiera del equipo pueda leer y saber qué toca esta semana y por qué. Claridad vence a perfección.

Qué vas a armar

Un plan con meta medible, públicos, territorio, mensaje y un cronograma dividido en fases.



El plan convierte la ilusión de ganar en una ruta de trabajo diaria.

Las seis preguntas del plan

VIDEO

Cómo preparar una campaña electoral para ganar elecciones

Video de apoyo en YouTube (tercero: canal Isaac Hernández). Lumbre no aloja ni controla el contenido enlazado.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=ESCeIv4dTdk>

1. Meta: ¿cuántos votos necesitamos y a qué cargo aspiramos?
2. Públicos: ¿a quién debemos convencer y a quién solo movilizar?
3. Territorio: ¿dónde están los votos que nos faltan?
4. Mensaje: ¿qué idea central mueve a esos públicos?
5. Actividades: ¿qué haremos, semana a semana?
6. Recursos: ¿con qué gente, dinero y tiempos contamos?

Las cuatro fases de una campaña

De la estructura al día de la elección

1. Fase 1 **Arranque** Equipo, diagnóstico, plan y territorio base. Sin esto, nada avanza.
2. Fase 2 **Instalación** Dar a conocer al candidato y el mensaje: presencia y primer contacto.
3. Fase 3 **Crecimiento** Convencer a los dudosos con propuesta, terreno y prueba social.
4. Fase 4 **Definición** Movilizar a los propios: que salgan a votar el día de la elección.

El objetivo se mide o no existe

Cambia "crecer en la colonia" por "visitar 200 casas y lograr 60 compromisos de voto en la sección 012 antes del 15". Lo medible se gestiona; lo vago se desea.

La diferencia entre desear y gestionar está en lo específico.

Elemento	Mal definido	Bien definido
Meta	Ganar	Lograr 12 mil votos en 3 secciones clave
Público	Todo el municipio	Familias jóvenes indecisas de la zona norte
Actividad	Hacer campaña	200 visitas casa por casa por semana

1. ¿Cuál objetivo de campaña está mejor formulado?

- ☐ Ser reconocidos por la gente
- ☐ Tener presencia en redes
- ☐ Conseguir 500 compromisos de voto en 4 colonias para el día 20
- ☐ Transmitir confianza y cambio

2. La fase de "instalación" y la de "definición" buscan lo mismo: convencer a los indecisos.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

Casos: el plan como brújula, no como corsé

Caso 1 — el plan de papel. Un director imprimió un plan magnífico de 40 páginas y lo guardó en un cajón. A la tercera semana cada área improvisaba y nadie sabía en qué fase estaban. El plan que no se consulta a diario no es un plan: es un afiche. *Lección:* el plan vive en una reunión breve semanal y en un tablero que todos pueden ver.

Caso 2 — el plan rígido. Salió una noticia que cambió el ánimo del barrio y el equipo siguió ejecutando el cronograma como si nada, perdiendo la ventana para reaccionar. Un buen plan deja margen para ajustarse: la estructura se mantiene, las tácticas se mueven. *Lección:* planifica con firmeza, ejecuta con flexibilidad.

La reunión de 20 minutos que sostiene el plan

Una vez por semana, el equipo clave responde tres preguntas: ¿qué hicimos?, ¿qué sigue?, ¿qué nos bloquea? En 20 minutos y sobre un solo tablero, el plan deja de ser documento y se vuelve costumbre.

3. Redacta la meta de TU campaña en una línea medible (cifra, lugar, fecha) y enumera las tres secciones o colonias donde está tu mayor oportunidad de votos. ¿Qué fase estás viviendo hoy?

Si no sabes en qué fase estás, probablemente te falte el cronograma.

Siguiente paso: *Organizar y delegar al equipo* — porque un plan sin repartir es solo una pared con buena letra.

Referencia curricular

Materia:	Dirección de campaña
-----------------	----------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://politica.lumbre.lat/object/camp-dir-r01-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat