

L U M B R E



Métricas y tablero de control

Materia: Dirección de campaña

24/10/2026

Antes de empezar

Lo que no se mide no se gestiona; pero medir demasiado nubla. Tres o cuatro números bien elegidos valen más que cien.

QUÉ APRENDERÁS

- Elegir pocos indicadores útiles y leer el pulso de la campaña en un tablero simple.

Medir para decidir, no para presumir

Un tablero de control no es una presentación bonita: es la **brújula que te avisa si vas bien o si hay que corregir**. El error clásico es medir lo fácil de contar (me gusta, asistentes a un evento) en lugar de lo que importa (compromisos de voto reales, cobertura del territorio).

La disciplina es elegir **pocos indicadores, tres o cuatro**, y preguntarle a cada uno: *si este número se mueve, ¿qué decisión tomo?* Una métrica que no dispare ninguna acción es decoración. Y recuerda separar **vanidad** de **valor**: los aplausos se miden; los votos, no.

Qué vas a construir

Un tablero mínimo con tres indicadores de resultado y la acción que cada uno dispare.

VIDEO

1. Dirección Comercial, 2. Rentabilidad Operativa, 3. Métricas y Tablero de Control

Video externo en YouTube. Lumbre no aloja ni controla el contenido enlazado.



Escanea para verlo en Lumbre

https://www.youtube.com/watch?v=LalXay_0K6s



Un buen tablero cabe en una hoja y se lee en un minuto.

Vanidad contra valor

Cambia el número que te hace sentir bien por el que te dice la verdad.

Métrica de vanidad	Parece bien, pero...	Mejor medir
Seguidores en redes	No dicen quién te apoyará el día de la elección	Compromisos de voto con nombre
Asistentes a un evento	Aplauden, pero no votan por aplaudir	Personas atendidas en terreno por semana
Volantes repartidos	Se tiran a la basura sin leerse	Conversaciones reales de puerta en puerta

El tablero mínimo

1. Cobertura: qué porcentaje de las secciones priorizadas visitamos esta semana.
2. Compromisos: cuántas personas registraron su intención de voto.
3. Gasto: cuánto del presupuesto llevamos ejecutado frente al avance.
4. Equipo: cuántas brigadas activas tenemos y cuántos voluntarios nuevos sumamos.

Compromisos de voto acumulados por semana

	S1	S2	S3	S4	S5	S6
Acumulados	40	120	260	410	610	780

Unidad: compromisos

Fuente: Ejemplo de lectura de tendencia: ¿acelera o se aplana?

El gráfico interactivo es interactivo en la versión online.



1. El tablero muestra que los "me gusta" suben, pero los compromisos de voto llevan tres semanas planos. ¿Cuál es la lectura correcta?

- ☐ La campaña va bien: las redes demuestran apoyo
- ☐ Hay que gastar más en publicidad digital
- ☐ El mensaje llega pero no convence: revisa el terreno y la propuesta
- ☐ Las métricas no importan, lo que importa es el entusiasmo

2. Conviene medir cuantos más indicadores mejor, para no perder ningún detalle.

☐ Verdadero

☐ Falso

3. Une cada señal del tablero con la acción que debería disparar:

3.	Cobertura de secciones por debajo de la meta	-----
3.	Gasto muy adelante del avance	-----
3.	Compromisos que se estancan	-----

Opciones: Refuerza brigadas y ajusta rutas del territorio · Frena partidas y protege el fondo de imprevistos · Revisa mensaje y practica el puerta a puerta

Casos: cuando los números engañan

Caso 1 — la fiesta de los asistentes. Un responsable se llenó de confianza contando la gente en sus mítines y midió solo "likes" y asistencia. El día de la elección los aplausos no llegaron a las urnas: el voto se había cultivado en el escenario, no en la calle. *Lección:* mide lo que se convierte en terreno, no lo que te hace sentir bien.

Caso 2 — el número que nadie miraba. Se construyó un tablero completísimo que nadie revisaba; el director, abrumado, decidía por otras cosas. Un número que no se ve no guía: es decoración. *Lección:* mejor un tablero simple que se lee cada semana que uno exhaustivo que vive en la nube.

Un semáforo vale más que una hoja de cálculo

El tablero debe decirte en segundos dónde tocar: verde sigue, amarillo vigila, rojo actúa ya. Si necesitas leer muchas filas para decidir, tienes una lista, no un tablero.

4. Elige TRES indicadores para tu campaña. Para cada uno escribe: la cifra que tienes hoy, la meta de aquí a dos semanas y qué harás distinto si no sube. Si un indicador no tiene acción asociada, bórralo.

Pregunta de oro: si este número se mueve, ¿qué decisión tomo? Si no hay decisión, no es una métrica, es decoración.

Siguiente paso: *Toma de decisiones y gestión de crisis* — cuando el tablero enciende una roja y el reloj corre en tu contra.

Referencia curricular

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

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



<https://politica.lumbre.lat/object/camp-dir-r01-0a04>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat