



**EMBA**

*Cátedra:* Introducción al Marketing Político

*Prof:* Carmen Beatriz Fernández

*Marzo 2011*

**TRABAJO EN GRUPO**

## **INFORME CAMPAÑA DE MARIO VÍCTOR RAMÍREZ**

Patricia Díaz Pastrán  
Airym Martínez  
Vladimir Petit Medina  
Francisco Reyes  
Rodrigo Vargas Falcón

## INFORME CAMPAÑA DE MARIO VÍCTOR RAMÍREZ

### INTRODUCCIÓN

El pobre Mario Víctor Ramírez tuvo que sortear numerosos inconvenientes: el tiempo en el cual le tocó ser candidato, su principal respaldo, su fama de vida y los cambios de reglas del juego e imprevistas calamidades. En un municipio como Baruta, en un momento como el actual, se logró sortear casi todas las dificultades y llegar a un final de cabeza a cabeza con el candidato de mayor potencial de crecimiento y ante el declive prematuro de Armando Díaz. Estamos orgullosos de lo que hicimos: una campaña sin insultos y sin ataques por mampuesto. Ojalá que en próximas entregas se impongan reglas claras sobre el aspecto ético de la disputa y límites exigibles.

El Comando de campaña funcionó de manera muy sencilla y se integró como se indica a continuación:



### EL PANEL DE NAVEGACIÓN

Lo primero fue hacer la matriz DOFA de cada aspirante, haciendo especial énfasis en el propio.

Mario Víctor Ramírez	Fortalezas	Debilidades
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Descontento con el actual alcalde (AD) y él es fácilmente digerible por los adecos, por su partido y por historia familiar</li> <li>*Fácilmente puede nuclear voto chavista</li> <li>*ser del partido de gobierno nacional le permite vender soluciones a los problemas municipales con el concurso del gobierno nacional</li> <li>*Puede venderse como un cambio</li> <li>*ser educador le dá un perfil cercano a la gente joven</li> <li>*tiene un nivel de conocimiento de arranque muy bueno entre los mayores (35% del electorado)</li> <li>*Chávez ha funcionado como buen portaaviones en el municipio en otro tiempo</li> <li>*el MVR genera lealtad y por ende, en un mcipio donde vota el 40%, ese voto duro, que vá a ir seguro, es una ventaja</li> <li>*no pareciera de perfil radical, lo cual le dá entrada a sectores independientes y adecos por igual</li> <li>*puede ser ayudado por los medio progobierno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Chávez también puede ser una debilidad y una oportunidad de ataque para los oponentes</li> <li>*estuvo Preso pero uede inocularse de eso</li> <li>*problemas familiares de los cuales puede salir con swing</li> <li>*Problemas tributarios redirigibles</li> </ul>
<b>Amenazas</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>*si Armando Díaz se cae prematuramente y deja escapar una parte del voto proadeco hacia PJ será difícil contrastar con ella. El contraste es muy evidente</li> <li>* Si finalmente polariza con PJ puede ser rudo por la poca posibilidad de crecer</li> </ul>

Armando Díaz	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
		*mal desempeño como alcalde *efectista *mala reputación por brutalidad policial *su capacidad para atrear a los independientes está mermada un navegado y vive ahora en zona de ricos	*ante el miedo a una potencial victoria del PSUV puede terminar siendo el candidato para frenarlo *es	*Si su campaña no lo pone a polarizar con MVR PJ puede desinflarlo

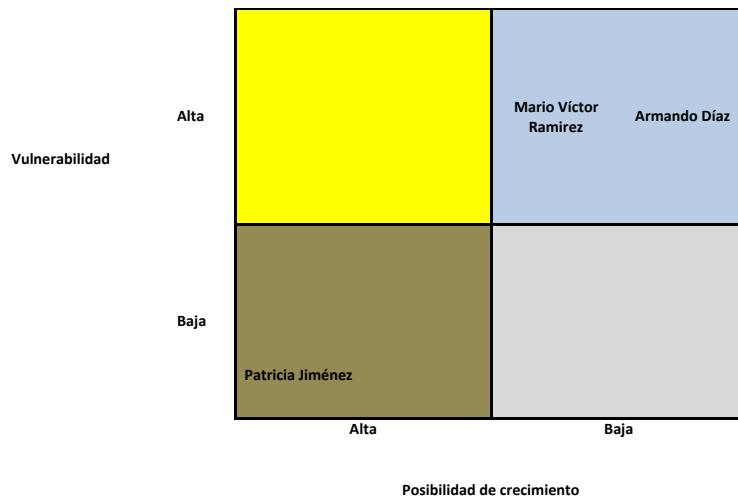
  

Patricia Jiménez	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
	*Es candidata de PJ que logra nuclear una buena cantidad de independientes *pareciera pertenecer a la organización con el voto más homogéneo *perfil honrado *potencialmente identificable con la clase media	*parte de la estructura partidista menos sólida *no culmina con gran capacidad de captación de recursos	*colarse con el voto independiente *chupa votos de clase media al alcalde	*si la fidelidad del voto adeco funciona no puede subir

Irma Fernández	Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
	*reputación de honesta	*no tiene estructura *temida por sus vecinos y ha despertado antipatías en varios sectores *no tiene dinero		

Después nos aproximamos a las vulnerabilidades de cada candidato gracias a una matriz BCG.



Y luego analizamos las potencialidades de crecimiento de cada uno.

		Indeps	Electores de AD	Electores del MVR	ElectoresPJ
Posibilidades de crecer por sector y candidato	Alta	Patricia Jiménez	Armando Díaz	Mario Víctor Ramírez	Patricia Jiménez
			Mario Víctor Ramírez		Armando Díaz
	Baja		Patricia Jiménez		
				Armando Díaz	Mario Víctor Ramírez
		Mario Víctor Ramírez		Patricia Jiménez	
	Armando Díaz				

Desde el principio pudimos avizorar lo que después, gracias a la encuesta y al informe acerca de los candidatos, nos quedó claro: el comportamiento de Politilandia en materia electoral.

sector	Nivel socioec	% población	Resultados pasadas elecciones Mcpales 2008					Resultados electorales presidenciales					Fallas	Abst	Voto próx	id. Partidista mayoritaria	Comp. Demográfico	Observación
			MVR	AD	PJ	Otros	Chávez	Rosales	Frecu	Eval. Gest.	Armar	Delincuencia						
11	C	23%	25%	35%	32%	8%	45%	49%	27,6	74% regular: Beneficio de la duda- indecisos	Beneficio de la duda	Vialidad-Delincuencia-Drogas-Corrupción	no	Pelea es con PJ	PJ	Univer. Edad Balanceada	PJ come de AD. Peligro radica en baja abstención	
1	C	10%	25%	45%	20%	10%	53%	45%	11	Repudio alto	Repudio alto	Delincuencia-Vialidad-Drogas-Corrupción	28%	Pelea es con AD y con la abstención	MVR y AD iguales, Proyecto Zida, deciden indecisos	Universitaria, Adult. Contemp	Hay que sacar a la gente a votar, acercamiento a indecisos e indeps	
4	D	10%	48%	30%	22%	0%	77%	21%	11	Repudio alto	Repudio alto	Delincuencia-Corrupción-Vialidad	15%	No hay pelea sino con la abstención	MVR e indeps sobrados	Educac Univ, Mayores	Hay que usar al PPT y acercarse a los indeps. Aprovechando gente mayor	
2	E	9%	52%	20%	28%	0%	83%	6%	11	Repudio mediano	Repudio mediano	Delincuencia-Vialidad-Drogas	no	Pelea es con PJ	PPT e indeps	Media, Univ, Balanceada, ligeramente mayor	Hay que usar al PPT y acercarse a los indeps. Aprovechando gente mayor	
5	D	9%	40%	15%	25%	20%	55%	41%	11	Repudio alto	Repudio alto	Delincuencia-Corrupción- Todo	no	Pelea es con PJ	MVR e indeps	Media, Univ, mayor de mayores	Acercamiento a adecos e indeps	
6	AB	8%	22%	50%	22%	6%	28%	70%	11	Beneficio de la duda	Pcpales afectados-poco y nada	Vialidad-Drogas	25%	No hay pelea sino con la abstención	Adeco e indeps	Media, Adult. Cont y Mayores	Acercamiento a adecos e indeps	
7	E	8%	55%	15%	18%	12%	80%	11%	11	Beneficio de la duda	Pcpales afectados-poco y nada	Delincuencia-Vialidad- Todo	17%	No hay pelea sino con la abstención	PPT e indeps	Primaria y Media, Balnaceada	Hay que usar al PPT y acercarse a los indeps. Aprovechando gente mayor	
3	C	7%	35%	30%	15%	20%	59%	38%	11	Muchos indecisos	Pcpales afectados-poco y nada	Delincuencia-Vialidad-Corrupción	21%	Todo parejo. Deciden indecisos y bastencionistas	Adeco e indeps	Media, Técnica, Adult. Cont y Mayores	Acercamiento a adecos e indeps	
10	C	6%	25%	33%	20%	22%	40%	57%	6	Repudio mayoritario-descontento adeco-mayoría adeca	Pcpales afectados-poco y nada	Delincuencia-Vialidad-Corrupción	30%	No hay pelea sino con abstencionistas	MVR, PJ e indeps	Media, adults. Cont y mayores	Aquí snos comemos a PJ vía viejos adecos	
8	C	5%	22%	35%	30%	13%	32%	65%	6	Beneficio de la duda	Beneficio de la duda	Delincuencia-Vialidad,Drogas-Corrupción	10%	Pelea es con Patricia Jiménez	MVR e Indeps	Universitarios, adults cont y mayores	Aquí PJ come de AD	
9	AB	5%	18%	53%	25%	4%	16%	82%	3	Beneficio de la duda-descontento	Beneficio de la duda-descontento	Delincuencia-Drogas-Corrupción	no	No hay pelea	PJ, PPT e Indeps	Media, Univ, adults cont y mayores	Aquí gana el MVR en la clase alta	

easy	direct	0,334	0,33	0,23	0,1	0,516	0,441	120
mediana dif	pond	0,334	0,32	0,25	0,1	0,533	0,398	
Gran dificultad								

Así como su composición demográfica y de militancia política.

Independientes	51%
Ad	12%
Copei	2%
MVR	16%
PJ	6%
NS/NC	13%

A-B	13%
C	51%
D	19%
E	17%

1 Mario Víctor tiene más chance con los mayores, PJ con jóvenes

Una vez claros en todos los elementos, se procedió a dilucidar la estrategia.

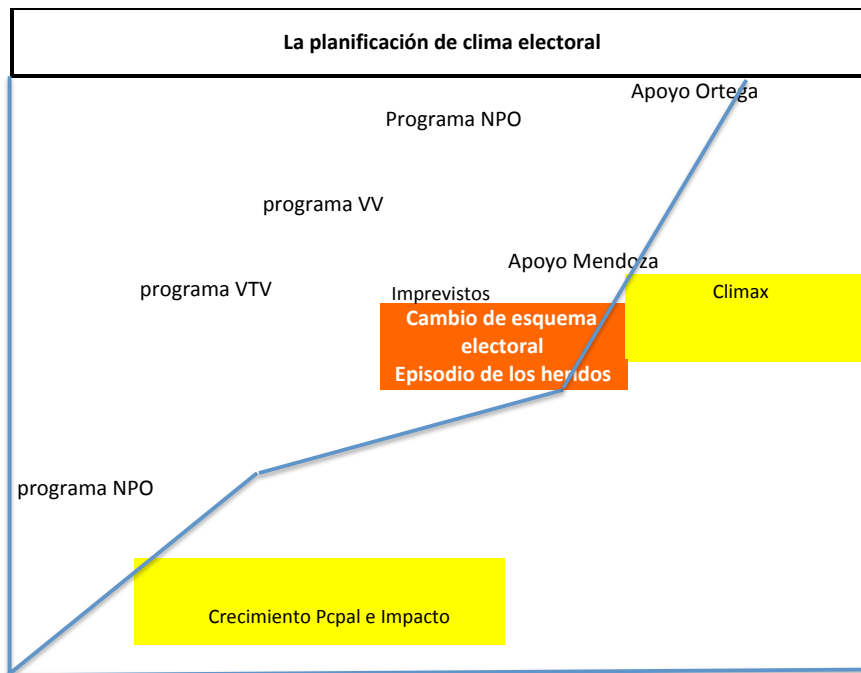
Un primer elemento se estableció para inocularnos frente a las debilidades y amenazas, al menos por un tiempo.

<p><b>Debilidad general: la verdadera esencia de MVR y el mal momento del gobierno</b></p>	<p><b>Escudo: guerra sucia y falta de credibilidad de aquellos</b></p>
--	--

Lo siguiente, entonces, fue determinar la estrategia central y sus manifestaciones prácticas y tácticas.

Estrategia	De diferenciación
1	Usar a Chávez de portaviones pero diferenciándonos como chavismo light (inicio franela roja, a mitad apertura, al final mezcla)
2	Chupar votos de Ad y tomar lo que se pueda de los independientes y al final presentar plataforma de apoyos de afuera del MVR para dividir la oposición
3	Polarizar con el alcalde y aupar polarización con él
4	Buscar el 17% NS/NC
5	Nuclear el voto popular (PPT e indeps izquierda)
6	Desarrollar una campaña de recursos medianos pero con efecto persuasivo
7	Concentración donde se gana al principio, donde se tiene chance a la mitad y nuevamente donde se gana al final
8	cuidar el voto duro y movilizarlo
9	Publicidad en los periódicos municipales y nacionales y declaraciones y visitas a la prensa nacional. Lobby para conseguir entrevistas y participaciones en VV y Televen. Radio, publicidad principal, con frecuencia 2-Pavitos 1030 (jóvenes), frecuencia 1,5 Boleros 1022(adultos mayores), frecuencia 1 CNN Noticias,frecuencia 2 Veguero soy 92.4, frecuencia 1 De todo un poco. Política de llamadas a programas de micrófonos abiertos. No afiches... "no voy a ensuciar la ciudad" con afiches y panfletos. Anuncios persuasivos en prensa: frecuencia en arranque, de mantenimiento en plateau y de concentración en el remate

Pero la acciones tácticas debían obedecer a una planificación del clima electoral en cuanto a su implementación....pero no cabía imaginar una alteración de situaciones por parte de la cátedra que tan sólo afectara a MVR.

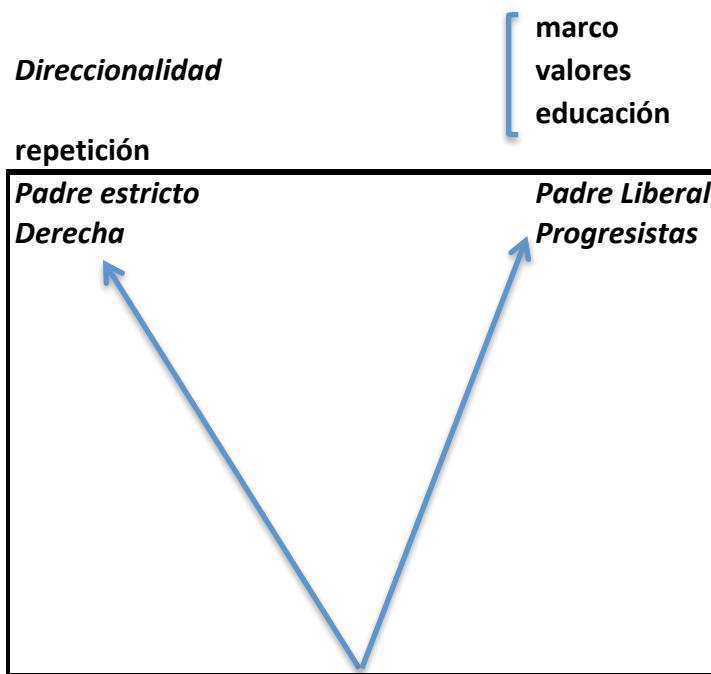


Con ese plan se pretendía lograr una votación meta, fijada de la manera que sigue, junto con la tabla de frecuencia de visitas.

Votación Meta		28620	40,01% (75% de la votación obtenida por Chávez)			
Visitas por zonas		Visitas por edades específicas				
		días-1 semana				
visitas clase A-B	6	5%	25	35%	8	Universidad Juan Pablo I, TSU's, Liceos
visitas clase C	61	51%	26-40	30%	8	Centros Comerciales, Clubes Deportivos, atunmercados, comercios cotidianos, hospitales
visitas clase D	28	23%	40-60	25%	6	
visitas clase E	25	21%	>60	10%	2	

## LA PUBLICIDAD

Aplicando las enseñanzas de Lakoff establecimos un abanico de probabilidades de mensaje y nos quedó claro que debíamos apuntar del centro al lado de Padre Liberal y progresista.



Y para que ello pudiese ser adecuado procedimos a la segmentación de audiencias estableciendo el mensaje dirigido a cada una.

Audiencias	Mensaje	Mensajeros
Chavista duro	Revolución, cambio, Chávez	Chávez, Mario Víctor Ramírez
Adeco propenso a votar por Chávez	Padre Adeco, AD y su discurso social con Chávez	Chávez
Adeco propenso a votar por Chávez y MVR		Chávez y Mario Víctor
Adeco propenso a votar por Chávez y por PJ	El cambio no es PJ	La Fuerza del cambio
Adecos y otros dispuestos a votar contra Armando Díaz	El voto castigo	La Fuerza del Cambio, Mario Víctor
Indecisos	El cambio, y es el que va a ganar	La Fuerza del cambio
Independientes		La Fuerza del Cambio
Abstencionistas Simpatizantes PPT	Si no votas, la delincuencia seguirá Revolución, cambio, Chávez	La Fuerza del Cambio, Mario Víctor Ramírez Mario Víctor, Aristóbulo, Vladimir Villegas
Satisfaciendo expectativas	Est. General	Acc. Táctica Particular
Dirección Protección Orden	Cambio Cambio Cambio	Proyecto claro, unidad con gobierno central, Vialidad, no regreso a AD vs Copei Delincuencia, Drogas Contra corrupción, tráfico ordenado, policía no abusiva, no abstención, no a la guerra sucia

Vamos Compañero. Con Mario Ramírez

Hace tres años voté por este tipo y nada que arregla la seguridad, la vialidad y lo demás. Es más, ni se le ve la cara porque todo el tiempo y que está en su oficina de san bernardino. Qué se cree? La única vez que lo vi le reclamé el tráfico y que nos habían asaltado tres veces en mi casa...me dijo que me iba a regalar un pollo. Lo mandé que se lo metiera por el culo. Yo soy clase media, siempre fui adeco, pero no voto más por ese tipo. Voy a votar por el que le va a ganar y eso se siente en la calle: Mario Víctor Ramírez

Yo voté por el Alcalde y me decepcionó. La corrupción en los negocios de al alcaldía es un rumor extendido. No voto más por él. Pero tampoco voy a salir de AD para votar por los nuevos copeyanos. Qué va...el verdadero cambio es Mario Ramírez. En politlandia hay que arreglar el problema de la policía, poner orden en la alcaldía, entenderse con el gobierno nacional para mejorar lo de las colas y hay que implementar una estrategia dura en la prevención y represión del delito...te parece que esto es labor para un chamo? No. Es un reto para gente de carácter recio, como Mario Ramírez

Votaste por él y no te cumplió...es más...ni lo ves en las calles ni en las comunidades. Vas a creerle otra vez? Vota por el que puede ganarle: mario Víctor Ramírez

Politlandia no tiene seguridad, las colas son infinitas y hay corrupción. Además, hay una pelea constante con quien puede ayudar: el gobierno central. Qué hacemos? Sencillo. Lo intentamos cambiando

Entre que caben 100. Aquí, en el Proyecto de Mario Ramírez, caben todos. Los de la franela blanca, la amarilla, la verde, la azul...cabén todos y lo que se prepara no es una guerra sino el gobierno de los mejores. La gran Fuerza del cambio eres tú

Si te quedas en tu casa te van a seguir robando los reales en la alcaldía, la cartería en politlandia y el problema de las colas y los huecos no se va a acabar. Si sales y votas por quien le puede ganar al alcalde, mario Víctor Ramírez, tu voto hace más fuerte tu voz y las cosas pueden cambiar.

marco

## UNA DECISIÓN POLÉMICA: ACEPTAR APOYOS DE FUERA DEL MVR

Cuatro premisas básicas nos hicieron tomar la polémica decisión de aceptar apoyos de fuera del MVR: 1) en el momento actual ningún candidato del MVR tiene atractivo suficiente como para atraer sectores independientes en masa. Por ello atraer el voto adeco surgió como necesidad desde el principio en razón del trasvase que ha existido de AD a MVR desde 1998; 2) el voto chavista estimamos que podía soportar ese nuevo esquema como ya lo demostró en la elección de Irene Sáez como Gobernadora. Pero al estudiar el punto con detenimiento, nos conseguimos con lo siguiente:

Fidelidad voto duro ante llamado de pcpales dirigentes	Alta	MVR	PPT
	Baja	AD	PJ COPEI

3) El factor sorpresa podía anular el factor emoción que venía encarnando PJ; y 4) cuando Armando se desinfla corremos el riesgo de quedar en polarización cuando precisamente se había buscado mantener dividido el voto opositor.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN: ACIERTOS Y ERRORES

Aciertos	errores
Se mantuvo la línea del chavismo ligero, sin perder el apoyo de Chávez y se reforzó con La Fuerza del Cambio	En la última semana el ritmo general de la campaña lo marcó PJ
Se logró sortear que todas las amenazas previstas se hicieran realidad	No se previó que Armando se desinflara tan rápido
Sin chistar se asumió el cambio inadvertido de arena política: del muro de facebook a twitter y encuesta y aunque son terrenos muy malos para el chavismo se libró una gran batalla	No se abordó debidamente la publicidad impresa
Se logró salir incólume de las acusaciones de la Irma	La campaña decayó en emoción en la semana final
Segmentación de audiencias y su estudio permitieron arrancar con pie firme y llegar al final de la campaña disputando con PJ	

### Pronóstico

Candidato	Porcentaje
Mario Victor Ramírez	43,00%
Patricia Jiménez	42,00%
Armando Díaz	15,00%