

Aúna



INSTITUTO **UPDATE**

Cuadernillo DE formación

Nominadas Aúna

ATRIA 2023

OAXACA, MÉXICO



MUJERES MOVIENDO LA POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA

Una iniciativa de INSTITUTO UPDATE



¡Hola! ♥

Este cuaderno de ejercicios tiene la intención de acompañarte a desarrollar y preparar tu campaña electoral.

Idealmente, los ejercicios deben ser llenados con todo tu equipo. No te preocupes si no queda perfecto la primera vez, te servirá como un primer borrador. Con el tiempo irás afinando la propuesta y este cuaderno le servirá a todo tu equipo como una herramienta de campaña.

Puedes regresar también a la comunidad de nominadas de Aúna, donde estarán estos ejercicios en digital, junto con los foros de discusión y otros cursos y ejercicios sobre comunicación/visibilidad, agenda, liderazgo y seguridad.

Todas las herramientas y contenidos de este cuaderno - y mucho más - están disponibles en la plataforma Im.pulsa



Ingresa a la plataforma Im.pulsa

www.impulsa.voto



Ingresa a la comunidad de aprendizaje para nominadas Aúna



Índice

1. Los primeros pasos de tu campaña

1.1 Tres factores claves para una campaña electoral exitosa _____	09
1.2 Plantilla Electoral _____	12
<i>Extra: modelo de presupuesto de campaña</i> _____	18

2. Comunicación y movilización

2.1 Definiendo los mensajes para tu campaña _____	20
2.2 Narrativa pública _____	23
2.3 Definiendo los canales para tu campaña _____	27
2.4 Tu campaña en el territorio _____	29
2.5 Armandó tu programa de voluntariado _____	32
<i>Extra: ejemplo un día de campaña</i> _____	35

3. Construye tu agenda programática

3.1 Paso a paso para construir tu agenda _____	37
--	-----------

Soy nominada Aúna _____	44
--------------------------------	-----------

Mi temario y fechas clave del acompañamiento de Aúna _____	49
---	-----------



1. Los primeros pasos de tu campaña

1.1 Tres factores claves para una campaña electoral exitosa

Si bien no hay una sola fórmula para tener una campaña exitosa, hay tres claves para obtener resultados durante el proceso.

Te invitamos a conocerlos:



UNA CANDIDATA COMPROMETIDA Y CAPAZ

Tiene la disposición a ser la primera en levantarse y la última en cerrar el día.

Estudia, escucha, lidera y se apoya en su equipo con disposición y humildad. Estas cualidades son incluso más importantes que la trayectoria electoral o conocimiento al inicio de la elección.

Transformar la política es posible desde que sales a la calle a convencer sobre tu proyecto político.



EQUIPO CON CORAZÓN Y ENTREGA PARA DARLO TODO CUANDO RECORRAN LAS CALLES Y COLONIAS

Ninguna campaña se gana con el esfuerzo de una sola persona.

Tu equipo será una pieza fundamental.

Cuidar y valorar su trabajo son condición de posibilidad para una campaña exitosa y transformadora. Una buena líder sabe aprovechar y movilizar la experiencia y saberes colectivos e individuales para poder también innovar en el camino.



UNA BUENA ESTRATEGIA

Ser estratégicas significa **reconocer nuestros objetivos y que los recursos son limitados.**

Una estrategia definida y reconocida por las y los miembros del equipo es clave para gastar bien los recursos de tiempo, económicos y de capital humano.

Lo primero que debes hacer una vez que decidiste ser candidata y has identificado las personas claves de tu equipo (coordinación de campaña, tareas de comunicación, territorio, gestión de recursos etc.), es sentarte a desarrollar junto a esas personas tu estrategia de campaña.



¿Por qué?

Porque todas las acciones durante tu campaña se desprenden de una estrategia general que se determina desde un inicio.

Quienes elaboran una estrategia electoral deben tener en cuenta el levantamiento de la siguiente información:



Saber las reglas del juego. Deben tener la información sobre la regulación vigente de las campañas: períodos de campaña, inscripción de la candidatura, gastos, financiamiento, así como el sistema electoral que define la elección en la que vas a participar.



Análisis electoral, ¿cuántos votos necesito para ganar o para llevar a cabo los objetivos políticos de mi campaña? ¿De dónde puedo sacar esos votos?



Levantar información de contrincantes, saber quiénes son, cuál es su trayectoria y con qué valores y acciones la gente los identifica.



Información del votante, a través de estadísticas (INEGI) sobre el territorio que vas a buscar representar, métodos cuantitativos, encuestas, o métodos cualitativos como focus group o entrevistas en profundidad.



Información del territorio, sus organizaciones y su historia. Es fundamental crear un mapa de actores, sus intereses y capacidad de influencia.



Las campañas son un momento y una oportunidad.

Son un momento para poner a prueba el proyecto político, para repensarlo y nutrirlo; son la consolidación de discursos y prácticas que has desarrollado en tu trabajo político, activista o de tu organización. **Son una oportunidad para hablar de las cosas que importan y que pueden transformar la vida de las personas.**

Tienen el potencial para que las ideas de un proyecto político lleguen y convenzan a personas, más allá de los límites de los entornos sociales y comunitarios desde donde se originó la propuesta.

***¡POR ESO NOS GUSTAN
LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS!***

PARA EJERCITAR Y REFLEXIONAR

¿Qué emociones te provoca pensar en tu candidatura?

¿Cómo esta candidatura y campaña abona a las causas que te importan y buscas representar?



1.2 Plantilla electoral

Información general

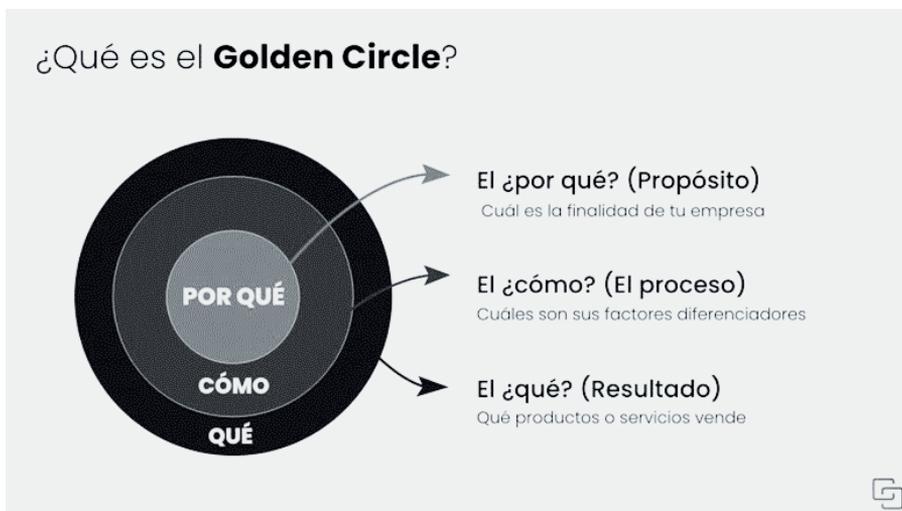
Nombre de la candidata:

Cargo:	Partido
Distrito/Región:	Meta de votos:

¿Cuál es mi estrategia para obtener la candidatura?
¿Cómo me siento hoy en términos de avance para la candidatura?

Objetivo de la campaña

Círculo dorado





¿Para qué? *El propósito.*

¿Cómo?

Tres principios con sus valores y cómo se viven esos valores

Ejemplo 1. Austeridad - La campaña es construida de la forma más austera posible, evitando gastos innecesarios y valorizando la organización voluntaria.

Ejemplo 2: *Innovación - Buscaremos construir una campaña que genere comunidad, por eso en cada Colonia que visitemos realizaremos una actividad que reúna a las personas (pintar un mural, reforestar, recoger la basura del parque, etc..)*



¿Qué?

Tres causas (áreas, banderas y agendas) en las cuales vas a concentrar tu actividad en caso de ser electa.

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, piensa en tu trabajo y trayectoria alrededor de esos temas.

Causa	Es importante para las personas porque...	Estoy calificada para representar esta causa porque...

Candidata

<p>Característica positiva <i>Enlista aquí una característica positiva que te diferencia, algo que - desde el punto de vista electoral - tú consideras que es un valor que va a atraer a las electoras.</i></p> <p><i>"Yo votaría por XXX porque ella es ----"</i></p>	<p>Característica negativa <i>Enlista aquí una característica negativa que - desde el punto de vista electoral - tú consideras que puede alejar a las electoras:</i></p> <p><i>"Yo no votaría por XXX porque ella es ----"</i> <i>"Votaría por XXX, pero ella es-----"</i></p>
<p>Un talento <i>Que te ayude a ser una buena representante</i></p>	<p>Una limitación <i>Una dificultad que tengas que puede limitarte.</i></p>



Vamos calentando motores para contar tu historia. Escribe aquí cómo te presentarías en tu primera entrevista en medios, cuenta quién eres y por qué eres candidata.

Construye tu equipo de trabajo

Construir tu equipo de campaña es fundamental. Aquí te mostramos una estructura mínima para tu campaña.

ROL	RESPONSABILIDADES	TU PROPUESTA
Coordinación de campaña	Asegurarse que la estrategia se ejecute	
Coordinación de comunicación	Elaborar y ejecutar los mensajes en redes y en las calles	
Coordinación de territorio y/o movilización	Elaborar y ejecutar las actividades para las metas de votos y alcance de colonias	
Coordinación de vinculación y agenda	La persona que le dará seguimiento a tu agenda diaria y te ayudará a vincularte con vecinas, personas de tu partido, organizaciones etc.	
Coordinación de legal y contable	Se encarga de los aspectos legales y de rendición de cuentas durante y después de tu campaña	



 Consulta el curso completo para armar tu equipo:

Armando y organizando tu equipo

www.impulsa.voto/es/materials/7-razones-para-formar-un-equipo-de-campana/?track=1592



Redes personales de la candidata

Para este ejercicio, el objetivo es que puedas mapear tus redes, de las más cercanas, hasta las más influyentes.

30 primeros votos	10 personas involucradas en tu campaña	Influenciadores

Electorado

Describe aquí tres posibles electoras o electores de nichos diferentes.

La idea es que describas una electora o elector real, alguien con nombre y apellido y que sepas que, por su perfil, es alguien que va a votar por ti. Después, generaliza esas características para encontrar "tipos" de electores.



Ejemplo:

"Amaya, 33 años, vive en el Barrio Providencia, es madre soltera y trabaja en la industria creativa. Va a votar por mi porque reconoce en mi una feminista preocupada con la infancia."

"Pablo, 26 años, habitante de La Pinta, es estudiante universitario y va a votar por mi porque considera que mi propuesta sobre mejora de los espacios públicos puede beneficiar a su generación."

COMPETIDORES

¿Con quiénes vas a disputar el voto? Piensa en competidores tanto temáticos como territoriales.



Toma notas importantes sobre qué dicen unos de los otros, de ti y también cómo te posicionas frente a esos perfiles.

Extra: modelo de presupuesto de campaña

Cada centavo conquistado para tu campaña merece ser respetado y gastado con planificación. Después de todo, sudaste para conseguirlos. Este recurso debe usarse de manera responsable y, sobre todo, para optimizar tu campaña.

Hicimos esta hoja de cálculo con la lista de los principales rubros de ingresos y gastos, así como una forma de planificar el flujo de dinero. Con esta herramienta es más fácil mantener los pies en la tierra y trabajar con el escenario real que tienes frente a ti.

Ten en cuenta que, al momento de rendir cuentas a la autoridad electoral, deberás reportar los ingresos y gastos en especie (o valor estimado) y los mismos serán tomados en cuenta al calcular el total de tus gastos de campaña. Una buena práctica será que tu presupuesto contemple estas entradas y salidas no monetarias también. Por favor, modifica este modelo de acuerdo a tus necesidades.

 **Descarga el modelo de presupuesto de campaña aquí:**

Modelo de presupuesto de campaña

www.impulsa.voto/es/materials/modelo-de-presupuesto-de-campana-electoral/





Tu autocuidado y tu seguridad deben ser una prioridad.

Queremos transformar la política para transformar vidas.

Hacer política es un trabajo complejo y muchas veces cuesta arriba. Además, en el camino te enfrentarás a escenarios de violencia política o de violencia resultado del contexto que vive nuestro país. Cuidarnos a nosotras y a nuestro equipo, debe ser una prioridad.

¡VIVAS NOS QUEREMOS!

PARA NO OLVIDAR

PARA EJERCITAR Y REFLEXIONAR

¿Cómo cuidas tu salud física y mental?

¿Cuáles son tus redes de apoyo y cuidado?

¿Cuáles serán los tiempos y espacios para cuidar de tu alimentación, hidratación y descanso durante la campaña?

Y ¿a quién puede contactar tu equipo en caso de una emergencia?



2. Comunicación y movilización

2.1 Definiendo los mensajes para tu campaña

¿Cómo armar mis mensajes de campaña de acuerdo a mis objetivos?

Los mensajes son como flechas, su trayectoria debe ser certera y su impacto, profundo y efectivo. Es preferible lanzar una sola flecha con puntería que desperdiciar cien sin rumbo fijo. Siempre ten en mente a las personas a las que te diriges. Una vez que conoces a tus audiencias, es mucho más fácil comunicarles tus ideas. Y recuerda, de tus objetivos políticos de la primera parte de este cuadernillo, se desprende todo lo demás, incluyendo la comunicación.

Sigue estos cinco pasos para la creación general de mensajes:

01

Ten en orden tus propuestas piénsalas como soluciones a los problemas que tu electorado está enfrentando. Organízalas de acuerdo a las prioridades de la ciudadanía y también de acuerdo a la agenda que quieres establecer. Tus propuestas serán el centro de tu campaña y de ahí deben derivarse los mensajes.

02

Define tus mensajes clave o temas que tocarás a lo largo de la campaña y dales prioridades. Es importante que tengas **muy claras tus propuestas de políticas públicas**. En el cruce de tus propuestas y la forma de comunicarlas se encuentran tus mensajes clave. Priorizar es muy importante, elige dos o tres mensajes que vas a repetir de manera CONSTANTE en medios y visitas en colonias.

¿Qué quieres y puedes implementar que vaya a generar cambios importantes?

¿Cómo puedes comunicar esas propuestas de una forma clara y sencilla?

03

Organiza tus mensajes clave en un documento coherente y ordenado, que incluya ideas principales y argumentos de apoyo. Incluye datos y estadísticas relevantes que respalden los mensajes. Este será tu argumentario, un documento de investigación al que te puedas referir siempre que necesites defender y profundizar tus propuestas. También incluye una sección en la que especifiques por qué eres la mejor candidata para esta posición.



04

Crea tu narrativa pública ¿Qué quiere decir esto? Aprende a contar la historia de quién eres, por qué estás acá y cómo eso puede ayudar a movilizar a simpatizantes. Más adelante te contamos cómo construir tu historia.

05

Crea tu slogan un slogan debe ser algo representativo de tus propuestas, mensajes clave e historia personal y política. Una frase corta y contundente, que comunique algo profundo de tu lucha.



INSPIRATE:



VAMOS A VIVIR SABROSO

La vicepresidenta colombiana Francia Márquez utilizó como eslogan de campaña **“Vivir sabroso”**, una filosofía de vida proveniente de las comunidades afrodescendientes.

Francia es la primera mujer afrocolombiana en ganar la vicepresidencia de su país y su campaña se centró en su identidad y la forma en la que su experiencia personal enriquecía la política colombiana.

“Vivir sabroso” es la concentración de un modelo de organización cultural y político anclado en una relación armoniosa con el entorno y la naturaleza. Es un reclamo de dignidad, que exige la paz y el gusto por la vida que a muchas personas les robó la situación de inseguridad y violencia en Colombia. Además enorgullece a las poblaciones históricamente discriminadas, “Vivir sabroso” es representación y propuesta.

Una frase tan sencilla, de dos palabras, que engloba tanto.



EJERCITA TU MENSAJE: comienza por redactar las tres ideas claves de tu campaña.

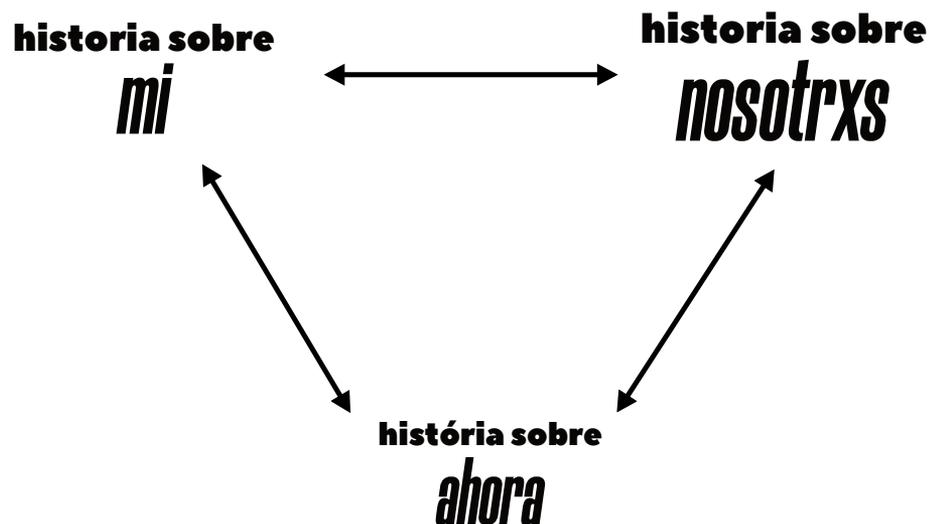
Ejemplo: si tu agenda principal es desarrollar proyectos que generen autonomía económica a las mujeres del municipio, define en un párrafo cómo plantearías la propuesta a la ciudadanía.



2.2 Narrativa pública

Como lideresa política y próxima candidata, debes poder comunicar quién eres y por qué estás aquí. Las historias que contamos sirven para movilizar y emocionar, y en una campaña política esto se vuelve esencial. Narrativa pública es una herramienta de liderazgo a través de la cual transmitimos nuestros valores y su objetivo final es motivar a las que te escuchan a unirse a la campaña, donar, votar por ti, etc... Para ello, es importante que reflexiones por qué decidiste involucrarte y hacer política.

La narrativa pública tiene tres componentes esenciales.



La "historia sobre mí"

Explica los valores de quien narra, cada persona tiene valores y experiencias que la definen. Entre más detalles demos sobre un momento de nuestra vida que forjó esos valores, más cercanos se sentirán los demás con lo que nos mueve.

La "historia sobre nosotrxs"

Se trata de expresar los caminos que compartimos y los valores que, como comunidad, nos mueven a actuar en colectivo. Es la expresión de quiénes somos, no como categorías sino como identidad basada en experiencias y principios compartidos.



La “historia del ahora”

nos permite articular el reto urgente que enfrentamos como comunidad y la decisión que debemos tomar para hacer frente a este reto. Es también la parte en la que describimos lo que está mal de la situación en la que vivimos y también presentamos la esperanza: el mundo que queremos construir actuando en colectivo.

Cuenta tu historia

Tómate un momento para pensar en tu historia: concéntrate en los retos a los que te has enfrentado, las decisiones que tomaste para sobrellevarlos y las satisfacciones – o frustraciones – que has vivido a lo largo de tu trayectoria ¿Por qué tomaste esas decisiones? ¿Por qué no seguir otro camino? ¿Qué dicen tus decisiones sobre quién eres? ¿Qué dicen sobre tu familia, tu comunidad, tu generación? Tu eres el personaje principal de esta historia que vas a contarle a la gente.

La “historia sobre mí”

La “historia sobre nosotrxs”

La “historia del ahora”



Retroalimentación de la historia de otras

La retroalimentación es fundamental para perfeccionar nuestras historias y facilitar el proceso de aprendizaje. Y para ello nos basamos en preguntas, más que en darles consejos. Algunos puntos en los que puedes dar retroalimentación son los siguientes:

- **El reto:** ¿cuál es el reto específico que enfrentó la narradora? ¿La narradora planteó una imagen vívida de esos retos? ¿Cómo se relaciona con la campaña?
- **La decisión:** ¿hubo una decisión clara ante los retos descritos en la historia? ¿Cómo te hizo sentir esa decisión (¿esperanzado? ¿enojado?)? ¿Qué valores transmite dicha decisión? ¿Cómo se relacionan esos valores con la campaña?
- **El desenlace:** ¿Cuál fue el resultado específico de cada decisión? ¿Qué aprendemos con este desenlace?
- **La esperanza:** ¿Cuáles son las fuentes de esperanza en la historia? ¿Dónde está la esperanza hacia adelante? ¿Cómo se relaciona con esta campaña?
- **La urgencia:** ¿Por qué es urgente actuar ahora? ¿Qué elementos de la historia nos muestran que no podemos esperar más para actuar?
- **Los detalles:** ¿Qué imágenes genera la historia? ¿De qué detalles te acuerdas? ¿Cómo te hicieron sentir esos detalles?

INSPIRATE!

El spot de Alexandria Ocasio-Cortez para su campaña al Congreso de Estados Unidos en 2018 es un perfecto ejemplo de **cómo contar una historia sobre la vida de una persona**, con claridad sobre sus propuestas y movilizándolo las emociones.

Míralo en el QR abajo:



www.youtube.com/watch?v=rq3QXIVR0bs



MÁS EJERCICIOS

Escribe aquí tu minibio para la visibilidad de Aúna y tus redes sociales

Escribe aquí tu semblanza

Escribe aquí el guión de un video para tu campaña de lanzamiento. Este video debe servir para presentarte como candidata, puedes pensarlo en un inicio como un discurso corto que darías para presentarte en una colonia.



2.3 Definiendo los canales para tu campaña

¿Cómo decidir en qué canales debo enviar mis mensajes?

Para elegir los canales de comunicación que utilizarás, es importante que conozcas a tu audiencia y su comportamiento en consumo de medios y redes sociales. ¿Dónde pasan la mayor parte del tiempo? ¿Qué redes sociales utilizan? ¿Leen más noticias en línea o en medios tradicionales? Identifica los canales que utilizan para informarse.

Además debes tener en cuenta los objetivos que tienes para cada canal. Tu objetivos pueden ser de alcance/difusión, información y movilización.



Alcance/Difusión:

Aumentar el número de personas que conocen tu campaña, establecer el primer contacto en el medio digital y difundir tus ideas principales.

Ejemplos de plataformas: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, TikTok, TV, Radio, Stickers, Pines, Posters etc. **Ojo:** memes, canciones y videos chistosos te pueden ayudar a viralizar en las redes.

Información:

Centralizar informaciones, contenidos y medios de la campaña y posibilitar la profundización sobre pautas de la candidata.

Ejemplos de plataformas: Página web, volantes con propuestas, PDF con propuestas para envío por whatsapp, mensajes y Correos, asesorías de prensa etc. **Ojo:** en las redes sociales también puedes tener contenidos de información, los formatos carrusel y reels son opciones para informar más sobre ti y tus propuestas.

Movilización:

Agregar personas y contactos de forma organizada, comunicación directa con grupos, voluntarias y personas involucradas en la campaña.

Ejemplos de plataformas: plataformas para envío de mensajes como WhatsApp, Telegram, correo electrónico y SMS.



TIP:

Usa **el boca a boca**, involucra a tu audiencia en la campaña y promueve que compartan tus mensajes con sus contactos. **Pide a cada persona que se suma a tu campaña que le diga a diez personas que te sigan en redes sociales y comenten tus propuestas.**

Define en cuales redes debes estar y con qué objetivo:

Plataforma	Objetivo

Para profundizar revisa los cursos de Im.pulsa:

Redes sociales para tu campaña electoral
www.impulsa.voto/es/tracks/redes-sociales-para-tu-campana/



Campañas en la calle sin dinero
**Con guía de cómo hacer buenos volantes.*
www.impulsa.voto/es/tracks/campanas-en-la-calle-sin-dinero/



¿Cómo prepararse para una entrevista de medios?
www.impulsa.voto/es/tracks/preparate-para-una-entrevista-de-medios/

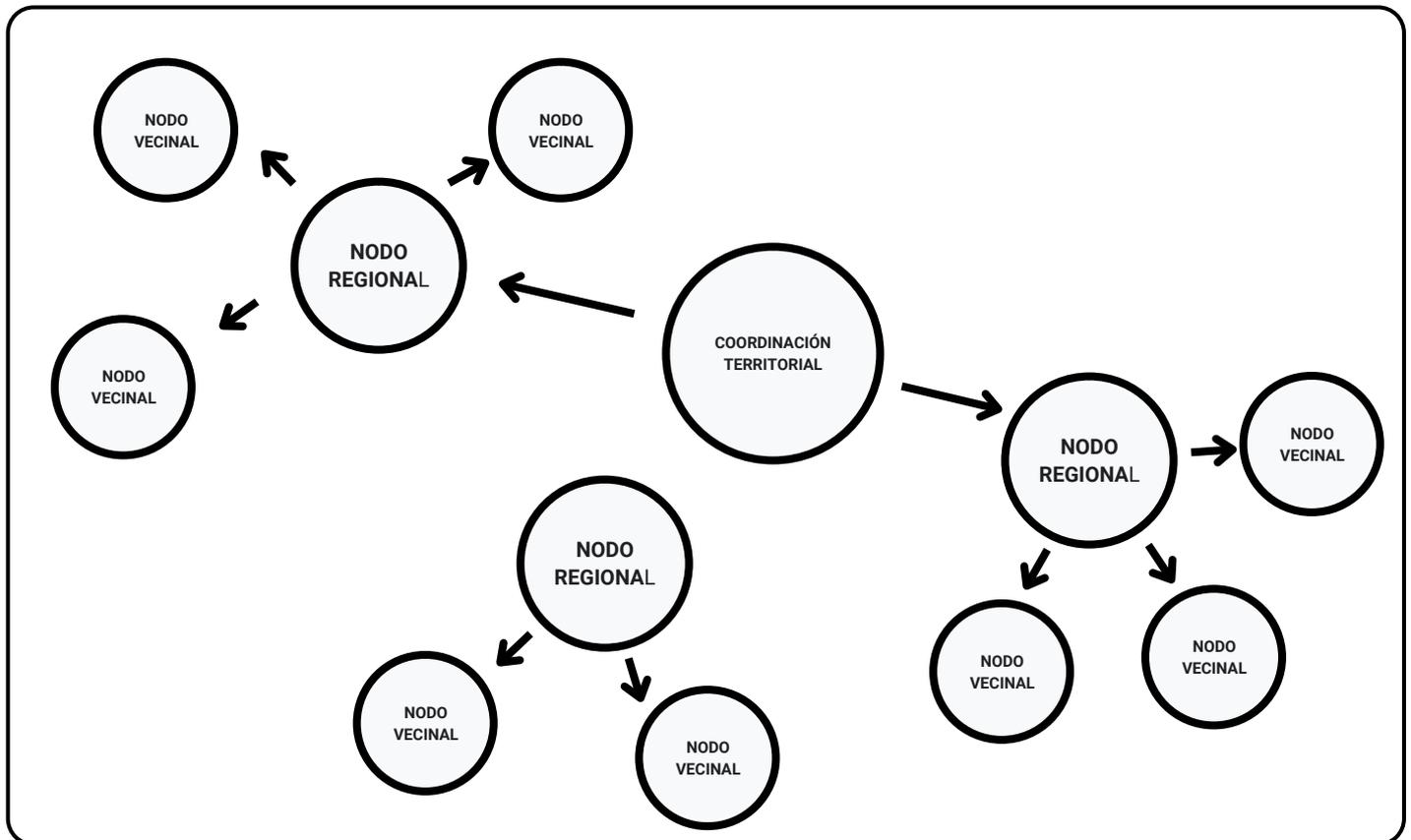




2.4 Tu campaña en el territorio

Una vez que definas cuántos votos necesitas como lo hiciste en la plantilla electoral, debes organizar y planificar los días de tu campaña para llegar a las más personas posibles. Para lograr ese alcance territorial, te sugerimos la siguiente estrategia. Ten en cuenta que tu alcance de redes sociales o medios de comunicación sirve para complementar lo que harás en territorio.

Los nodos vecinales



El corazón de una estrategia territorial son los “*nodos vecinales*”, es decir, los grupos de voluntarias de la campaña que ocupan un barrio, una comuna o una colonia. Las organizadoras vecinales son quienes coordinan estos equipos.

Equipo y responsabilidades

Cada nodo vecinal tiene la obligación de cumplir las metas asignadas. Para lograrlo, cada nodo puede estructurarse como considere que es más efectivo para alcanzar sus objetivos.

Independientemente de otras responsabilidades que identifiquen, cada nodo idealmente deberá tener: una Organizadora Vecinal; una Capitana de Datos; una Capitana de Voluntarios, y una Capitana de Ocupación.



ROL	RESPONSABILIDADES
ORGANIZADORA VECINAL	<ul style="list-style-type: none">• Responsable de asegurar que el equipo cumpla con todos los objetivos establecido por la Coordinación Territorial;• Coordina y apoya a los miembros del equipo;• Crea agendas y dirige reuniones;• Sirve como enlace con las líderes regionales;• Sirve como coordinadora de recursos para el equipo, asegurándose de que todos los eventos estén bien preparados con los recursos apropiados;• Participa en las actividades de contacto con los votantes;
CAPITANA DE DATOS	<ul style="list-style-type: none">• Supervisa la entrada de datos de voluntariado y votantes para su equipo;• Da seguimiento a distintos documentos para asegurarse de que todos los datos se ingresen de manera oportuna y ordenada;• Ayuda a otros miembros del equipo a que tomen las listas de llamadas y visitas apropiadas;• Sirve como enlace con el contacto de datos de la campaña (Líder Regional de Datos);• Recoge, consolida e informa regularmente sobre los resultados de la actividad del equipo;• Entrena voluntarias para hacer la entrada de datos y utiliza las herramientas de llamadas en línea;
CAPITANA DE VOLUNTARIADO	<ul style="list-style-type: none">• Supervisa reclutamiento y gestión del voluntariado en el territorio de su equipo, y ayuda a canalizarlos a las distintas responsabilidades de la campaña;• Lidera los esfuerzos de reclutamiento del equipo para integrar más voluntaries de otros grupos (grupos sociales, equipos deportivos, universidades etc.);• Tiene la responsabilidad de garantizar que todos los eventos llevados a cabo por el equipo recaben la información máxima para convocación de más voluntaries;• Trabaja con la capitana de datos para asegurarse que todos los datos del voluntariado se actualicen y se rastreen regularmente;• Participa de las actividades de contacto con votantes;
CAPITANA DE OCUPACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Da recomendaciones de donde realizar las distintas tácticas;• Es la persona de referencia del nodo vecinal;• Da recomendaciones del territorio;• Establece alianzas y propaganda;• Da retroalimentación a los organizadores vecinales para el empleo de tácticas;• Participa en las actividades de contacto con votantes.



Definiendo metas

Cada equipo tendrá metas semanales. Las metas son progresivas, es decir, cada semana habrá metas más complejas que las semanas pasadas. Esto puede sonar complicado, pero no lo es. Nuestro objetivo es que con cada semana que pase tu equipo crezca y así las metas se podrán dividir entre un mayor número de personas.

Las metas de cada semana a las regiones incluyen principalmente: número de nodos formados y número de contactos. Las metas son trazadas por la Coordinación Territorial en función del tamaño y el desempeño de cada equipo. Aunque puede existir flexibilidad en estas metas, es necesario recordar que para ganar la campaña, es necesario alcanzar en conjunto los objetivos que nos hemos trazado.

El puerta a puerta

El canvassing es una estrategia de campaña electoral que implica el contacto directo con los votantes, generalmente a través de visitas puerta a puerta, conversaciones en espacios públicos o llamadas telefónicas. El objetivo es informar a los votantes sobre un candidato o una causa, persuadirlos para que apoyen a un candidato o una causa, y motivarlos para que voten.

El canvassing se puede hacer en cualquier momento durante una campaña electoral, pero es especialmente efectivo durante la fase de movilización de votantes, que generalmente ocurre en las semanas y días previos a una elección.

01 **Calcular los contactos** que necesitamos para ganar la elección multiplicando los votos necesarios por 100 y dividir el resultado entre la tasa de persuasión. Para el plan puedes usar una tasa de persuasión baja 10% o 20%.

02 **Definir la duración de la jornada** en campo y el número de contactos que cada voluntaria puede hacer cada hora. Multiplicar ambos para obtener los contactos por voluntaria por jornada.

03 **Dividir el número de contactos** diarios entre los contactos por voluntaria por jornada para calcular el número mínimo de brigadistas que se requiere en campo diariamente.



Haz tu plan de canvassing:

Número de votos	
Número de contactos (#Votos x 100 / 10)	
Días de campaña (60 locales/90 federales)	
Número de personas voluntarias	
Número de contactos diarios por persona	

Nota: La tasa de persuasión es el número de personas que convences de votar por ti al hablar con ellas. Una tasa de persuasión del 40% significa que si conversas con 10 personas, 4 seguramente votarán por ti.

No hay una forma sencilla de calcular la tasa de persuasión. Un método simple consiste en enviar a todo el equipo a campo durante una semana y pedirles que registren (1) cuántas personas contactaron y (2) cuántas personas se mostraron muy positivas o afirmaron que votarán por nosotros Al final de la semana divide el número de positivos entre el número de contactos, el resultados será tu tasa de persuasión.

2.5 Armandó tu programa de voluntariado

Una vez que definas cuántos votos necesitas como lo hiciste en la plantilla electoral, debes organizar y planificar los días de tu campaña para llegar a las más personas posibles. Para lograr ese alcance territorial, te sugerimos la siguiente estrategia. Ten en cuenta que tu alcance de redes sociales o medios de comunicación sirve para complementar lo que harás en territorio.

Principios del voluntariado





Programa de voluntariado

Preguntas que te debes hacer antes de empezar tu programa de voluntariado:
¿Cuántas voluntarias necesito y para qué actividades o cargos? ¿Cuáles son las tareas que van a desarrollar? ¿Hay algún requisito para ser voluntaria? ¿Cuánto tiempo necesitará invertir la voluntaria? ¿Cuál es el nivel de compromiso necesario?

Un programa de voluntariado se divide en 4 partes:

1. CONVOCAR	Convoca a quienes ya conoces: cuéntale a todo el mundo que eres candidata; haz una lista; realiza la invitación. Usa las redes sociales: haz un formulario online; utiliza tu sitio web; difunde en todas tus redes. Entra en contacto: designa una persona y un número de contacto; da la bienvenida a todas las nuevas voluntarias; crea un grupo de whatsapp y/o lista de difusión.
2. CAPACITAR	Tus voluntarias necesitan: estar familiarizadas con las ideas y mensajes claves de tu campaña; saber contrarrestar críticas, responder argumentos y cuestionar noticias falsas; conocer el escenario político general de la campaña; conocer un poco de la competencia.
3. COORDINAR	Selecciona a tu coordinación de voluntariado: quien será responsable del contacto con tus voluntarias, resolviendo dudas, compartiendo materiales, ejecutando capacitaciones, organizando actividades y verificando si se están ejecutando de forma correcta.
4. CELEBRAR	Demonstra la importancia de tu voluntariado: agradece públicamente; comparte las victorias; incorpóralas en tus comunicaciones; da algunos reconocimientos; haz un buen cierre.



Prepara tu encuentro de voluntarias



Introducción: Presentarse entre todas.



Conexión: Por qué estás aquí y qué te motiva a ser voluntaria.



Sensibilización: La candidata cuenta sobre su campaña y su sueño.



Movilización: Contar sobre la campaña, dónde se requiere apoyo.



Cierre y compromisos:

Deben salir con tres sentimientos principales:

- Ganas de ganar la elección
- Sensación de ser parte de una comunidad
- Certeza de que son esenciales para el éxito de la campaña

TIPS:

para la coordinación de voluntariado:

- Acompaña en las primeras actividades
- Organízate en una hoja de cálculo
- Crea un grupo de whatsapp
- Envía mensajes individuales periódicamente
- Genera espacios de encuentro
- No pidas de más
- Posibilita un mayor involucramiento



Para profundizar revisa los cursos de Im.pulsa:

Voluntarias: de la convocatoria a la movilización

www.impulsa.voto/es/tracks/voluntarias-de-la-convocatoria-a-la-movilizacion/



 **Extra: ejemplo un día de campaña**

HORA	ACTIVIDADES	TU PROPUESTA	MOVILIZACIÓN	VINCULACIÓN Y AGENDA
09H	Post de difusión de la agenda de actividades de la candidata	Produce y publica el contenido	Refuerza la agenda de actividades y la convocatoria del voluntariado	Organizó la agenda y compartió con el equipo de comunicación
10H	Volanteo	Antes: responsable por la gráfica y las impresiones de los volantes Durante: hace la cobertura de la actividad y publica en redes	Antes: convoca el voluntariado Durante: llega antes y organiza las personas, la logística y los materiales	Garantiza la presencia de la candidata
13H	Almuerzo con posible donante/ aliada estratégica/ comunidad	Hace la cobertura y publica en redes (si es un evento público)	Si es un almuerzo con comunidad, convoca y organiza la participación de las personas	Mapea alianzas y realiza las invitaciones
16H	Post con propuestas de la candidata	Produce y publica el contenido	Comparte el contenido con los grupos territoriales y de voluntariado	
19H	Conversatorio	Antes: Hace la difusión del evento Durante: Cobertura y publica en redes	Antes: organiza el evento Durante: Llega antes y organiza las personas, la logística y los materiales del evento	Garantiza la presencia de la candidata



UPDATE

PARA NO OLVIDAR



Comunicar es mover emociones.

Históricamente hemos asociado el trabajo político, especialmente el electoral, con cuestiones de cálculo, pragmatismo y metas. Sin embargo, un aspecto fundamental de las campañas tiene que ver con los afectos y emociones que están en juego.

Tu campaña puede mover esperanzas, con enfoque en la participación, escucha y co creación.

¡Si no movilizas emociones, no movilizas nada!

PARA EJERCITAR Y REFLEXIONAR

¿Qué emociones movilizan tu campaña?

¿Qué esperas que sientan las personas cuando sean impactadas por tu comunicación?



3. Construye tu agenda de propuestas

Tu agenda de propuestas (o agenda programática) es un pilar central de tu campaña. Esta habla del mundo que sueñas construir; comunica para qué quieres el poder, al expresar el conjunto de transformaciones que buscas.

Una agenda ofrece ideas, enfoques, diagnósticos y, sobre todo, propuestas concretas de las políticas públicas que impulsarás.

Esto también supone que:



Contar con una agenda de propuestas no sólo te ayudará a ganar elecciones y diferenciarte de otras candidaturas, sino a convertirte en una buena opción para gobernar: conoces los problemas, manejas los datos, entiendes las causas y tienes propuestas para mejorar.

3.1 Paso a paso para construir tu agenda

Una vez que definas cuántos votos necesitas como lo hiciste en la plantilla electoral, debes organizar y planificar los días de tu campaña para llegar a las más personas posibles. Para lograr ese alcance territorial, te sugerimos la siguiente estrategia. Ten en cuenta que tu alcance de redes sociales o medios de comunicación sirve para complementar lo que harás en territorio.

01

Investiga: el tema y el problema público, para seleccionar y diseñar tus propuestas tendrás que conocer las preocupaciones del electorado.



02

Delimita los temas o ejes: define entre 3 y 5 ejes esenciales, como máximo para guiar a tu agenda e involucra a más personas en un proceso de diálogo y participación para la construcción colectiva de propuestas.

03

Informate, discute y define: la posición de la red, partido, grupo político u organización del que formas parte en torno a estas soluciones (es decir, lo no aceptable, lo mínimo aceptable y lo deseado).

04

Dale forma a tu agenda: en términos de su amplitud, profundidad, detalle y especificidad, puede adoptar diferentes formas y formatos (videos, gráficas, texto, reel, etc), dependiendo de la estrategia política y de comunicación, la identidad visual y también las posiciones que se estén disputando.

05

Comunica tus propuestas:

- **Lo primero es elaborar una narrativa** para comunicar tu agenda para que puedas conectar con tus votantes, comunicar de forma clara tus propuestas programáticas de manera que todas, todes y todos la comprendan, la recuerden y te identifiquen con ellas.
- **Trabaja con diseño gráfico y lenguaje de productos específicos**, como infografías, “decálogos”, postales, videos, relatorías, directorios de expertas, aliadas y activistas. Todo según tu identidad visual de campaña.
- **Trabaja el momento más adecuado para el lanzamiento de tu agenda** dentro de tu estrategia y con tu equipo de comunicación. Busca el momento idóneo de acuerdo a las fechas electorales, a las coyunturas nacionales o locales, a los hitos históricos o fechas importantes que puedan **ayudarte a darle visibilidad a tus propuestas**. Planifícalo y prepara un calendario de salidas comunicacionales que vendrán luego del lanzamiento.
- **Define el soporte**, no sólo son mensajes de comunicación, tienes que pensar en cómo “lanzar” la agenda de tus propuestas: página web y redes, rueda de prensa, artículos en medios, entrevistas, voceras.
- **Si vas a un debate o te toca hablar sobre tu agenda, piensa en “ideas fuerza”**, que sean breves y potentes, para comunicar los ejes de tu programa; aterrízala en ejemplos de la realidad nacional o local, o de la vida cotidiana de las personas que se verán favorecidas con la realización de tu programa.



Acá te dejamos un ejemplo:

Pacificación y Justicia.
Decálogo Aúna

1. Retirar progresivamente al Ejército y a ex militares de la seguridad pública, partiendo del reconocimiento que la militarización no es la solución a la violencia.
2. Conformar un sistema integral para coordinar y fortalecer la seguridad pública en los tres ámbitos de gobierno y a las policías comunitarias de proximidad, que incluya la mejora de sus condiciones laborales, su carrera policial y su auditoría ciudadana.
3. Crear una fuerza nacional de mediadores y mediadoras comunitarias que participe junto con las policías en diagnósticos de pacificación y desescalar la violencia en las zonas más afectadas.
4. Cambiar el régimen de prohibición de drogas en la federal, regulando los mercados de drogas, respondiendo a los contextos locales y bajo una perspectiva de respeto a los derechos humanos.
5. Desarrollar políticas locales integrales de prevención del delito y el consumo problemático de drogas, priorizando las intervenciones en educación y salud para adolescentes y jóvenes.
6. Crear programas sociales focalizando a adolescentes y jóvenes en conflicto con la ley y bajo el cumplimiento de la Ley General de Justicia para Adolescentes.
7. Crear un código penal único, y eliminar la prisión preventiva y prácticas arbitrarias de detención.
8. Aumentar las capacidades de las fiscalías, los ministerios públicos y las instancias relacionadas con la justicia transicional, bajo estándares nacionales de investigación y recopilación de información forense.
9. Fortalecer el Sistema Nacional de Búsqueda, los sistemas de justicia alternativa y la vigilancia de las fiscalías locales por parte de los congresos locales y los Sistemas AntiCorrupción, para romper redes criminales y su penetración en el Estado.
10. Crear juzgados especializados para conocer delitos de violencia de género, que dé prioridad a la atención integral de las víctimas.

#DecálogosAúna





Revisa los decálogos de Aúna que apoyan la construcción de tu agenda:

Construcción de paz y justicia:



Política económica con equidad



Políticas Ambientales



Políticas para el bienestar



Igualdad de género





Identifica tus ejes temáticos. Con base en tus prioridades o temas de interés, identifica máximo 3 de los ejes temáticos de Aúna[1], los cuales promoverás durante tu mandato.

1
2
3

Escribe las propuestas concretas que tienes para cada eje. Recuerda tomar en consideración el cargo al que aspiras y la posibilidad que tendrías de empujar estas propuestas.

[1] Construcción de paz y justicia, Políticas ambientales, Política económica con equidad, Políticas para el bienestar e Igualdad de género.



Busca retroalimentación a tus propuestas, nosotras te ayudamos:

1. Ingresa a la Comunidad de Aprendizaje para Nominadas (en Canvas)|Escuela de Campañas| **Foro de discusión La comunidad de propuestas de políticas públicas** y escribe ahí las propuestas que desarrollaste aquí arriba.
2. Retroalimenta las propuestas de otras nominadas Aúna en este Foro de discusión virtual y espera retroalimentación de las tuyas.
3. Organiza sesiones de "aprendizaje entre pares". Esta sesión se llevará a cabo por zoom y en ella presentarás tus propuestas para retroalimentación en vivo. Te dejaremos una actividad en Atria (el desayuno del viernes) para concretar estas sesiones.
4. Además, aprovecha Atria para conversar con otras Aúnas sobre tus propuestas de agenda.

Ahora sí, escribe aquí tus propuestas retroalimentadas:



Carta final

Ser mujer en política en América Latina es un acto de valentía.

El coraje frente a las injusticias de nuestra región nos ha movido a resistir a un sistema patriarcal, racista y desigual para ocupar la política con representatividad y diversidad.

Entre avances y retrocesos, muchas lucharon antes que nosotras para que hoy podamos votar y ser votadas. Los derechos y la representación política de las mujeres han sido una prioridad en la lucha porque “abren camino a otros derechos”: la educación, el trabajo, la salud, los cuidados, la igualdad. **Es necesario usar la política para avanzar en estos derechos.**

Hay mucho por caminar y este recorrido político es muchas veces violento y doloroso para nosotras. Por eso, elegimos caminar junto a las que se atreven a mover la política, para llenarlas de fuerza, confianza y cuidado.

Que en este proceso electoral, **se acuerden que no están solas** y que de diferentes lugares de América Latina, estamos para acuerparlas y acompañarlas en su jornada política.

¡Somos mujeres de lucha!

Avancemos #DiversasyJuntas.

Equipo Im.pulsa y Aúna



INSTITUTO
UPDATE

Organización y edición:

Dany Fioravanti

Autoras y autores de los contenidos:

Alejandra Parra

Armando Estrada

Armando Sobrino

Javiera Martínez

Marina Frota

Mónica Tapia

Susana Ochoa

Tania Sánchez

Victoria Sosa



INSTITUTO
UPDATE

Aúna



SOY NOMINADA AÚNA

Mi Nombre:	
Busco el cargo de:	
En el municipio / distrito de:	
Para ganar, necesito el siguiente número de votos:	

MI EQUIPO

Mi enlace de seguridad será:	
Mi coordinación de campaña será encabezada por:	
Otros integrantes de mi equipo son:	



MI FORMACIÓN

Tomé los cursos de agenda de:

1. _____
2. _____
3. _____

En mi plan de seguirme formando está:

1. Cursos de Aúna:

2. Otros cursos:



MI VISIBILIDAD AÚNA

<p>Mis redes sociales son:</p>	
<p>Mi bio es:</p>	
<p>Mis propuestas son:</p>	
<p>Mi frase es:</p>	



MI AGENDA DE PROPUESTAS AÚNA

Participaré en las sesiones de retroalimentación entre pares:

Tema:
Fecha:
Hora:
Tema:
Fecha:
Hora:
Tema:
Fecha:
Hora:

Participaré en los Encuentros de la Agenda Aúna:

- Juntas por la Igualdad**, el lunes 25 de septiembre de 6:30 a 8:30 p.m. (hora CDMX).
- Juntas por la Tierra**, el lunes 9 de octubre de 6:30 a 8:30 p.m. (hora CDMX).
- Juntas por la Paz**, el lunes 23 de octubre de 6:30 a 8:30 p.m. (hora CDMX).
- Juntas por el Bienestar**, el lunes 6 de noviembre de 6:30 a 8:30 p.m. (hora CDMX).
- Políticas económicas con equidad**, el lunes 13 de noviembre de 6:30 a 8:30 p.m. (hora CDMX).



EL DESARROLLO DE MI LIDERAZGO AÚNA

Quiero inscribirme al programa de desarrollo de liderazgo para:

- Coaching Político.
- Coaching Gestión Política.

El nombre de mi coach es: _____

Tendré _____ sesiones de coaching que serán:

- Día: _____
- Hora: _____

EL DESARROLLO DE MI LIDERAZGO AÚNA

Mi coordinadora de capítulo/ región es:	Nombre: Correo: Teléfono:
Mi coordinadora de seguridad en capítulo / comunidad Aúna es:	Nombre: Correo: Teléfono:

Capacitaciones de seguridad:

- Miércoles 8 de noviembre de 6:00 a 8:30 p.m. (hora CDMX).
- Miércoles 6 de diciembre de 6:00 a 8:30 p.m. (hora CDMX)
- Miércoles 7 de febrero 2024 de 4 a 7:30 p.m. (hora CDMX).



MI TEMARIO Y FECHAS CLAVE DEL ACOMPAÑAMIENTO DE AÚNA

Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
Agosto (2023)		
15 de agosto (19:00 - 20:30 pm)	¡Bienvenida! Sesión de inducción	No te pierdas esta sesión; ahí explicaremos mucho de lo que te espera en Aúna. Ese día abren también las sesiones sobre campañas electorales para prepararte a Atria.
21 de agosto	Entrega materiales para tu perfil de Nominada Aúna	La información detallada sobre esta entrega viene en la comunidad de aprendizaje de nominadas (Canvas).
31 de agosto	¡Llegamos a Atria23! Encuentro nacional de Aúna	Las nominadas llegan un día antes a Atria, para trabajar tu estrategia, propuestas y biografía para tu campaña política.
Septiembre		
1, 2 y 3 de septiembre	¡Atria23 y su increíble magia! Encuentro nacional de Aúna	Llega a Atria la membresía Aúna y las invitadas especiales. También estaremos haciendo retratos, introspección e intercambio de ideas y saberes. ¡Ojala disfrutes este increíble encuentro!
1 de septiembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Morelos. Registra las principales fechas en tu calendario.	
3 al 9 de septiembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral federal, Oaxaca y CdMx.	
5 de septiembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Michoacán.	
8 de septiembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Guerrero	
10 de septiembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Tamaulipas.	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
11 de septiembre	<p>¡Es oficial! Lanzamiento público de nominadas en la página de Auna</p>	<p>¡Nuestro objetivo es contarle al mundo sobre ti! Para ello, necesitamos que completes aquellos ejercicios que trabajaste en Atria y tengas claridad sobre el puesto al que deseas contender.</p>
	<p>¡Aprendamos juntas! Nuevo contenidos disponibles en La comunidad de aprendizaje para nominadas</p>	<p>Ingresa a La comunidad de aprendizaje para nominadas y realiza los nuevos contenidos que hemos preparado para ti en el curso de Escuela de Campañas.</p>
Durante septiembre	<p>Trabaja con tu equipo la estrategia, planes y comunicación de tu campaña</p>	
Durante septiembre, fechas por definir con tu coordinadora de capítulo	<p>Vinculación con partidos políticos para candidaturas, junto con coordinadora de tu capítulo y responsable de vinculación</p>	
25 de septiembre (18:30- 20:30)	<p>Encuentro de Agenda: Igualdad de género</p>	<p>Cada encuentro tendrá una duración aproximada de 2 horas. En esta ocasión, nos interesa actualizar los diagnósticos de problemáticas y decálogos existentes junto con expertas y membresía; esto servirá para construir tus propuestas de agenda y también construir las propuestas comunes de agenda en los ejes temáticos y en los capítulos y/o regiones del país sobre igualdad de género.</p>
26 de septiembre al 3 de octubre	<p>¡Regresa a tus propuestas de Agenda! Actividad en La comunidad de aprendizaje para nominadas</p>	<p>Tras haber participado en el Encuentro de Agenda de Igualdad de género, regresa al foro de discusión en el que compartiste tus propuestas y retroalimenta a tus compañeras. Además, comparte si cambiarías algo de tus propuestas.</p>



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
29 de septiembre	Inscripción para recolección de candidaturas independientes federales (consultar las fechas de inscripciones locales)	
Octubre		
01 al 31 de octubre	Determinación de topes máximos de gastos de precampaña y campaña por precandidatura y candidatura	
01 al 15 de octubre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Colima.	
2 de octubre (18:30-20:30)	Encuentro de Agenda: Clientelismo	Escucharemos sobre cómo se ve el clientelismo desde distintas perspectivas y reflexionaremos sobre las nuevas representaciones políticas.
4 de octubre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Nuevo León.	
9 de octubre (18:30-20:30)	Encuentro de Agenda: Políticas ambientales	Actualizar los diagnósticos de problemáticas y decálogos existentes junto con expertas y membresía; esto servirá para construir tus propuestas de agenda y también construir las propuestas comunes de agenda en los ejes temáticos y en los capítulos y/o regiones del país sobre políticas ambientales.
Durante octubre	Trabaja con tu equipo la estrategia, junto con los planes territoriales y de comunicación de tu campaña. También, trabaja el presupuesto y la procuración de fondos.	
11 de octubre - 6 de noviembre	¡Aprendamos juntas! Nuevo contenidos disponibles en La comunidad de aprendizaje para nominadas	Ingresa a La comunidad de aprendizaje para nominadas y realiza los nuevos contenidos que hemos preparado para ti en el curso de Escuela de Campañas. En la medida de lo posible, le daremos también acceso a tu equipo de campaña acreditado con Aúna.
16 al 31 de octubre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Querétaro.	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
20 de octubre	Consulta actualización del micrositio de partidos en página web de Aúna	No olvides revisar después de esta fecha nuestro micrositio de partidos, donde publicaremos información relevante sobre las convocatorias y formatos que debes llenar según tu partido. Revisa fechas y prepara tu documentación para inscribir tu candidatura.
Durante septiembre y octubre, dependiendo de convocatoria y reglas de cada partido	Da seguimiento a tu precandidatura con partidos políticos, e informa de avances e inscripciones a la coordinadora de tu capítulo y responsable de vinculación.	
10 al 17 de octubre	¡Regresa a tus propuestas de Agenda! Actividad en La comunidad de aprendizaje para nominadas	Tras haber participado en el Encuentro de Agenda de Políticas ambientales, regresa al foro de discusión en el que compartiste tus propuestas y retroalimenta a tus compañeras. Además, comparte si cambiarías algo de tus propuestas.
17 de octubre	¡Vamos a celebrar el 70 aniversario del voto de las mujeres!	
23 de octubre (18:30- 20:30)	Encuentro de Agenda: Paz y justicia	Actualizar los diagnósticos de problemáticas y decálogos existentes junto con expertas y membresía; esto servirá para construir tus propuestas de agenda y también construir las propuestas comunes de agenda en los ejes temáticos y en los capítulos y/o regiones del país sobre paz y justicia.
27 de octubre	Inscripción para recolección de candidaturas independientes CdMx (consultar otras locales).	
24 al 31 de octubre	¡Regresa a tus propuestas de Agenda! Actividad en La comunidad de aprendizaje para nominadas	Tras haber participado en el Encuentro de Agenda de Paz y justicia, regresa al foro de discusión en el que compartiste tus propuestas y retroalimenta a tus compañeras. Además, comparte si cambiarías algo de tus propuestas.



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
Noviembre		
30 de octubre	¡Prepárate para tu acompañamiento de coaching Aúna!	Sesión de inducción sobre el acompañamiento de coaching Aúna.
	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en San Luis Potosí.	
1 de noviembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Jalisco y Durango.	
6 de noviembre (18:30- 20:30)	Encuentro de Agenda: Políticas de bienestar y seguridad social	Actualizar los diagnósticos de problemáticas y decálogos existentes junto con expertas y membresía; esto servirá para construir tus propuestas de agenda y también construir las propuestas comunes de agenda en los ejes temáticos y en los capítulos y/o regiones del país sobre bienestar y seguridad social.
7 al 14 de noviembre	¡Regresa a tus propuestas de Agenda! Actividad en La comunidad de aprendizaje para nominadas	Tras haber participado en el Encuentro de Agenda de Políticas de bienestar y seguridad social, regresa al foro de discusión en el que compartiste tus propuestas y retroalimenta a tus compañeras. Además, comparte si cambiarías algo de tus propuestas.
30 de octubre a 15 de noviembre	¡Empieza tu acompañamiento de Coaching para Liderazgo Político y Gestión Política! Para nominadas durante las precampañas	¡Es momento! Para este día, ya tendrás asignado a tu coach, quien se encargará de acompañarte a lo largo de las precampañas.
Mediados de noviembre, según convocatorias y reglas de cada partido.	Nominadas Aúna ya inscritas con sus precandidaturas y listas para comenzar precampañas (depende de cada estado y cada cargo, las fechas pueden variar)	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
13 de noviembre (18:30- 20:30)	Encuentro de Agenda: Políticas económicas con equidad	Actualizar los diagnósticos de problemáticas y decálogos existentes junto con expertas y membresía; esto servirá para construir tus propuestas de agenda y también construir las propuestas comunes de agenda en los ejes temáticos y en los capítulos y/o regiones del país sobre políticas económicas con equidad.
14 al 21 de noviembre	¡Regresa a tus propuestas de Agenda! Actividad en La comunidad de aprendizaje para nominadas	Tras haber participado en el Encuentro de Agenda de Políticas económicas con equidad, regresa al foro de discusión en el que compartiste tus propuestas y retroalimenta a tus compañeras. Además, comparte si cambiarías algo de tus propuestas.
8 de noviembre (18:00- 20:30)	Primer taller de seguridad Aúna	¡No te pierdas tu primera capacitación de seguridad!
Entre el 19 y 25 de noviembre	¡Llegó la hora! Inicio de las precampañas.	
26 de noviembre al 2 de diciembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Tlaxcala.	
28 de noviembre	Acompañamiento de Coaching Aúna	Nos interesa saber cómo va tu acompañamiento Aúna, para ello tendremos una sesión de zoom en conjunto con las coaches Aúna.



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
December		
6 de diciembre (18:00- 20:30)	Segundo taller de seguridad Aúna	¡No te pierdas tu segunda capacitación de seguridad! Deberá acompañarte tu enlace de seguridad.
1 al 20 de diciembre	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Sinaloa.	
2024		
Enero		
01 al 06 de enero	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Quintana Roo.	
07 de enero	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Nayarit.	
07 al 13 de enero	¡Empezamos! Inicia el proceso electoral en Chiapas	
Enero a junio (fechas por definir)	Círcula de mujeres	La Círcula es un espacio para entretener nuestras emociones y aprendizajes, a través de una meditación y reflexión guiadas. Serán los espacios donde nos reencontremos como Aúnas, durante las campañas, y recordemos nuestras causas y nuestro propósito.
15 de enero al 10 de junio	¡Continúa con tu acompañamiento! Coaching para nominadas	¡Es momento de retomar tu acompañamiento!
22 de enero	Jornada para acercar voluntarias y equipos de campaña	Tendremos un llamado a las voluntarias y potenciales integrantes de equipos de campaña ¡Participa!
Mediados de enero, pero consulta el calendario electoral de tu estado	¡Terminó tu primer ciclo! Cierre de las precampañas. Depende de cada estado y cada cargo, las fechas pueden variar	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
25 de enero	Consulta actualización del micrositio de partidos en página web de Aúna	No olvides revisar después de esta fecha nuestro micrositio de partidos, donde publicaremos información relevante sobre las convocatorias y formatos que debes llenar según tu partido. Revisa fechas y prepara tu documentación para inscribir tu candidatura
Febrero		
Durante el mes de febrero o período inter-campañas	Evalúa con tu equipo los resultados de tu campaña, la estrategia, planes territoriales y de comunicación de tu campaña. También trabaja el presupuesto y la procuración de fondos para la siguiente etapa. Invita a nuevos integrantes de tu equipo y voluntarios; revisa y reasigna roles en tu campaña.	
5 de febrero	Acompañamiento Aúna	Nos interesa saber cómo va tu acompañamiento Aúna, para ello tendremos una sesión de zoom en conjunto con las coaches Aúna.
7 de febrero (16:00- 19:30)	Tercer taller de seguridad Aúna	¡Es la última capacitación de seguridad! Deberá acompañarte tu enlace de seguridad.
Febrero (fecha por definir)	Círcula de mujeres	La Círcula es un espacio para entretener nuestras emociones y aprendizajes, a través de una meditación y reflexión guiadas. Serán los espacios donde nos reencontremos como Aúnas, durante las campañas, y recordemos nuestras causas y nuestro propósito.
15 al 29 de febrero	Recepción, análisis, aprobación y registro de candidaturas ante el INE.	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
16 de febrero	Consulta actualización del micrositio de partidos en página web de Aúna	No olvides revisar después de esta fecha nuestro micrositio de partidos, donde publicaremos información relevante sobre las convocatorias y formatos que debes llenar según tu partido. Revisa fechas y prepara tu documentación para inscribir tu candidatura.
Durante el mes de febrero	Inscribe tu candidatura con partidos políticos, e informa de avances a coordinadora de tu capítulo y responsable de vinculación	
Marzo		
3 de marzo al 29 de mayo	¡Es momento! Inicio de las campañas electorales	
Marzo (fecha por definir)	Círcula de mujeres	No dejes de venir a la Círcula de mujeres; será tu oasis para reencontrarnos y entretejer nuestras emociones y aprendizajes, a través de una meditación y reflexión guiadas.
A lo largo de tu campaña	No olvides registrar incidentes en tu bitácora y revisar los casos en que tú y tu enlace deben activar los protocolos de seguridad. Todo esto se habrá revisado previamente en los talleres de seguridad.	
	Mantén informada de tu campaña a la coordinadora de tu capítulo, a la equipa y a las Aúnas, involucra e invítalas a tus actos importantes de campañas.	
Abril		
Abril (fecha por definir)	Círcula de mujeres	No dejes de venir a la Círcula de mujeres; será tu oasis para reencontrarnos y entretejer nuestras emociones y aprendizajes, a través de una meditación y reflexión guiadas.



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
A lo largo de tu campaña		No olvides registrar incidentes en tu bitácora y revisar los casos en que tú y tu enlace deben activar los protocolos de seguridad. Todo esto se habrá revisado previamente en los talleres de seguridad.
		Mantén informada de tu campaña a la coordinadora de tu capítulo, a la equipa y a las Aúnas , involucra e invitalas a tus actos importantes de campañas.
Mayo		
Mayo (fecha por definir)	Círcula de mujeres	No dejes de venir a la Circula de mujeres; será tu oasis para reencontrarnos y entretener nuestras emociones y aprendizajes, a través de una meditación y reflexión guiadas.
A lo largo de tu campaña		No olvides registrar incidentes en tu bitácora y revisar los casos en que tú y tu enlace deben activar los protocolos de seguridad. Todo esto se habrá revisado previamente en los talleres de seguridad.
06 al 17 de mayo	Voto anticipado	
7 de mayo a 4 de junio	Prepara tu estrategia de presencia y defensa electoral (tus representantes de casilla y coordinaciones/monitoreo de tus votos)	
18 de mayo al 02 de junio	Voto electrónico por internet	
A lo largo de tu campaña		Mantén informada de tu campaña a la coordinadora de tu capítulo, a la equipa y a las Aúnas , involucra e invitalas a tus actos importantes de campañas.
26 - 29 de mayo	¡Celebra! Cierra tu campaña	
30 de mayo a 1 de junio	Veda electoral (mantén contacto con tu coordinadora de comunicación y seguridad, junto con Aúna para acciones de respuestas urgentes)	
Junio		
2 de junio	¡Llegó la fecha por la que has trabajado arduamente! Elecciones, prepárate para votar y después conteos electorales.	
05 al 08 de junio	Computos distritales	



Fecha	Nombre actividad o evento	¿En qué consiste?
09 de junio	Computos por entidad federativa	
9 al 14 de junio (por confirmar)	Resultados oficiales de elecciones	
9 de junio	¡Cierra tu campaña! Agradece a tu equipo, tus voluntarios, tus votantes y todos tus acompañantes	
10 de junio hasta....	¡Descansa! y define y comunica cuánto durará este periodo	
Junio (fecha por definir)	Círcula de mujeres	Después de la elección, tendremos una Círcula de mujeres especial. Habrá muchos cambios; no volverás a ser la misma, y será importante reconocerlo, juntas y diversas.
Durante jornada electoral (2 de junio) y si hubiera conflicto post-electoral	No olvides registrar incidentes en tu bitácora y revisar los casos en que tú y tu enlace deben activar los protocolos de seguridad. Todo esto se habrá revisado previamente en los talleres de seguridad.	
Mediados - Finales de junio	Sugerimos que regreses con tu coaching a cerrar este proceso	¡Es momento de retomar tu acompañamiento!
Julio y Agosto 2024		
Julio y Agosto (fechas por definir)	Círcula de mujeres	Tendremos dos últimas sesiones para reflexionar más allá de los resultados sobre aprendizajes, transiciones y nuevos caminos. No te desconectes, hasta aquí llega la comunidad de nominadas Aúna.
Si hubiera conflicto post-electoral	No olvides registrar incidentes en tu bitácora y revisar los casos en que tú y tu enlace deben activar los protocolos de seguridad. Todo esto se habrá revisado previamente en los talleres de seguridad.	
Mediados - Finales de junio	Sugerimos que regreses con tu coaching a cerrar este proceso	Planea tu transición
Agosto	Despedida de la comunidad de nominadas Aúnas 23-24 y Atria24.	

