

Mismo partido...

Dos campañas diferentes...

**CASO: PALOMA
DUARTE Y JAIME
DELGADO**



CONOCIENDO A LOS CONTRINCANTES

Por una esquina...

Con 59 años, abogado y administrador de empresas. El fundador del instituto de derecho al consumidor (1989) y uno de los fundadores de ASPEC



2

JAIME DELGADO

“El defensor de los consumidores”

Campaña dirigida a adultos

Ayuda profesional de publicistas y ex
alcades

En la otra esquina...



Con 25 años de edad, estudios en la Facultad de ciencias forestales de la UNAALM, una dirigencia estudiantil en el 2005, ex presidenta de la federación de estudiantes (FEUA) en el 2006 y joven entusiasta activista ...

26

PALOMA DUARTE

“¡Los jóvenes a gobernar!”

Campaña dirigida a jóvenes

No ayuda profesional: Iniciativa propia

“Con la gente”



PRIMER ROUND

*Difusión Presencial

- Meetings (fines de semana) en conos con gran multitud.
- Visitas a mercados
- Bicicletada

Jaime Delgado



vs.



- Meetings (con otro candidato)
- Visitas a mercados
- Conciertos de rock

Paloma Duarte





- Anticuchadas
- Conferencias
- Diálogo directo

Jaime
Delgado



- Polladas vegetarianas
- Conversatorios en colegios
- Diálogo directo

Paloma
Duarte



GANADOR: EMPATE

Consideramos que los dos tuvieron igual eficacia en el contacto directo con la población. Si bien Jaime Delgado pudo concentrar mayor cantidad de gente en sus meetings, la creatividad de paloma sustituyó este aspecto con el entretenimiento y agrupación de jóvenes en eventos novedosos como la pollada vegetariana o los conciertos de rock. El trabajo de ambos fue arduo: campañas en zonas marginales todos los fines de semana; sin embargo, cada uno proporcionó un enfoque propio que funcionó perfectamente.

Afiches

Ambas campañas contaron con afiches, paneles y gigantografías.



GIGANTOGRAFÍAS
EXPUESTAS EN LAS
VISITAS DE CADA
CANDIDATO



PALOMA
DUARTE
ENTREGÓ
AFICHES A
TAXISTAS



JAIME
DELGADO HIZO
UN PANEL A
TAMAÑO REAL



Obsequios

Ambos candidatos recurrieron a regalar artículos a los votantes; SIN EMBARGO, estos variaron según los candidatos

Helados artesanales
Reglas
Calendarios
Separadores de libros
Llaveros artesanales
(reciclados)



Lapiceros
Polos
Gorros
Mandiles



GANADOR: JAIME DELGADO

Creemos que Jaime Delgado cubrió más este rubro ya que invirtió aproximadamente, según nos informa su asesor, 30000 soles en papeleo (volantes, afiches, gigantografías, etc.). Mientras que Paloma Duarte solo invirtió 4000 soles, además de pequeñas donaciones. Así mismo, consideramos la creatividad de Paloma por haber utilizado al máximo su presupuesto: regalos reciclados. Pero Jaime Delgado al disponer de más presupuesto pudo llegar a más pobladores.

TERCER ROUND

"En los medios"

*Difusión digital



RADIO



Paloma Duarte: Radio Onda digital



Jaime Delgado: Radio Capital, Radio San Borja y otras emisoras propias de los conos

TELEVISIÓN



Ninguno logró presentar spots en este medio, aunque

Jaime Delgado tuvo publicidad indirecta cuando salió en diversos canales de noticia como portavoz a los reclamos de una conocida editorial escolar



PERIÓDICO



Solo **Jaime Delgado** usó este tipo de publicidad con anuncios de pie de página en el diario La República, El trome y otros.

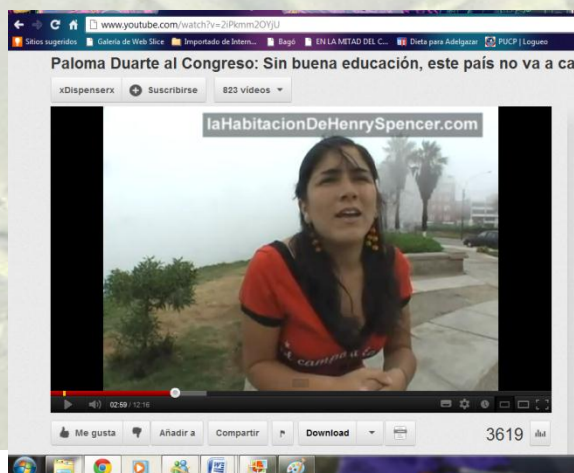
INTERNET

- **FACEBOOK:** En este país "globalizado", el uso de esta red social fue imprescindible para estos candidatos, pues les permitía comunicarse con los votantes y responder a sus preguntas. De este modo, las personas que lo siguen lo demuestran dándole "like" a sus páginas; he aquí la comparación entre ambos:



- **TWITER:** Cada uno contó con un twitter (manejado por ellos) para notificar los puntos en la agenda de sus campañas.
- **YOUTUBE**

Jaime Delgado hizo un spot casero que no tuvo mucha difusión (50 visitas)



Paloma Duarte no hizo spots pero contó con un canal en el que colgaba entrevistas y fue muy difundido (3619 visitas)

- **Paloma Duarte** hizo un blog para escribir su punto de vista sobre algunos temas y compartirlo con los simpatizantes



- **Jaime Delgado** creó una página web oficial para informar al público sobre el voto, la campaña y todo lo necesario



GANADOR: JAIME DELGADO

En este aspecto, el mejor candidato es Jaime Delgado, su inversión en periódicos y radios fue más efectiva debido a que destinó cerca 20000 soles a este rubro. Además, aprovechó su fama de defensor del consumidor y utilizó el polo de la campaña mientras que la prensa cubría el evento a la demanda de las editoriales. En el caso de los medios digitales, Jaime Delgado tuvo mayor acogida en las redes sociales; sin embargo, Paloma Duarte, a pesar de su corto presupuesto, supo aprovechar el público al que iba dirigida su campaña y abrió un canal en YouTube y un blog, los cuales tuvieron gran aceptación por parte de los jóvenes, esto se refleja en su numerosa cantidad de visitas.

¿Cuánto invirtieron?

A lo largo de su campaña....

Jaime Delgado

100 000 soles



Paloma Duarte

10 000 soles

por último...

¿Quién ganó?



JAI ME DELGADO

Búsqueda

Lo primero que hicimos para plantear la estructura de nuestro trabajo fue investigar en qué consistía la realización de un encarte, consultamos con amigos que habían llevado el curso antes, así como también en páginas de internet (Wikipedia). Después de este primer paso, escogimos dos candidatos cuyas propuestas nos parecieron innovadoras, preferimos no elegir candidatos de campañas pasadas porque ya no teníamos recuerdos vivos acerca de estos, además nos interesó investigar sobre cómo las redes sociales han impactado en las campañas electorales.

Para la realización de este trabajo quisimos profundizar las campañas de cada candidato. Para encontrar información fiable nos contactamos con ambos. En el caso de Paloma Duarte, pudimos tener una conversación vía correo electrónico con ella, así pudimos conocer datos importantes sobre la campaña, y a la vez, datos curiosos que nos permitieron comprender lo difícil que es dirigir una campaña política en nuestro país, sobre todo, siendo joven. Por el otro lado, para obtener la información de Jaime Delgado, contactamos al congresista, le expusimos la dinámica de nuestro trabajo y nos proporcionó la dirección de la oficina de su jefe de campaña e hijo con el mismo nombre Jaime Delgado. Jaime Delgado hijo nos brindó toda la información y además nos obsequió mandiles, polos y lapiceros restantes de la campaña.

Durante el momento de comparación, nos dirigimos a redes sociales: facebook, twitter, youtube. De estas redes obtuvimos información sobre la aceptación del público. Para saber los resultados finales de las votaciones y poder comparar quién “ganó”, según la dinámica de nuestro trabajo, buscamos en la página de la ONPE, la cual nos proporcionó el número de votos obtenidos en Lima y el extranjero.

Bibliografía

Información de Paloma Duarte

<https://www.facebook.com/pages/Paloma-Duarte-al-congreso-escribe-26/178002978903536>

<http://paloma26alcongreso.blogspot.com/>

Información de Jaime Delgado

<https://www.facebook.com/JaimeDelgadoZegarra>

<http://jaimedelgado.pe/>

Información Votaciones

<http://www.onpe.gob.pe/inicio.php>

Información de qué es un encarte

<http://www.estoesmarketing.com/Comunicacion%20alternativa/Encartes.pdf>