



FACULTAD DE INGENIERIA Y COMUNICACIONES

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y
PUBLICIDAD

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

“ESTRATEGIAS ELECTORALES Y COMUNICACIÓN POLÍTICA DE LOS
OPERADORES POLÍTICOS PERUANOS”

AUTOR: BACHILLER

Ramos Amante, Carlos Alexander

Para obtener el Título Profesional en

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Lima - Perú

2023

INFORME DE SIMILITUD

Ramos Amante, Carlos TESIS

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%	14%	3%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	2%
2	es.wikipedia.org Fuente de Internet	2%
3	www.peruanosporelkambio.pe Fuente de Internet	1%
4	es.reuters.com Fuente de Internet	1%
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
6	qdoc.tips Fuente de Internet	1%
7	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1%
9	1library.co Fuente de Internet	

TITULO

**“ESTRATEGIAS ELECTORALES Y COMUNICACIÓN POLÍTICA DE LOS
OPERADORES POLÍTICOS PERUANOS”**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

MAG. CPC. LUIS ALBERTO ENCINAS GARCIA

MIEMBROS DEL JURADO:

Presidente: **MAG. CPC. HUGO MARCIAL GARCIA RIVADENEIRA**

Secretario: **ABO. CATHERINE LUCIA CALDERON GALVEZ**

Especialista: **MAG. ABO. ALEJANDRO WILDER CALDERON GALVEZ**

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi familia, que siguen creyendo en mis sueños de que merecemos un cambio generacional en la política peruana, un cambio de jóvenes profesionales que pueden aportar mucho en la administración pública con vocación de servicio.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos mis maestros de la Universidad Peruana Simón Bolívar, quienes me acompañaron en todo este proceso de formación profesional.

RESUMEN

Las estrategias políticas diseñadas por un operador político se centran en lograr objetivos específicos dentro del ámbito político. Estas estrategias pueden abarcar desde la elección de candidatos hasta la implementación de políticas y la gestión de crisis. Algunos aspectos clave de las estrategias políticas de un operador incluyen:

Análisis de la situación: Evaluar el panorama político actual, identificando tendencias, problemas y oportunidades que pueden afectar al partido o candidato.

Definición de objetivos: Establecer metas claras y realistas que el partido o candidato busca alcanzar, ya sea ganar elecciones, influir en la opinión pública o impulsar ciertas políticas.

Segmentación del electorado: Identificar segmentos clave del electorado para adaptar los mensajes y grupos a estrategias específicas, maximizando así el impacto de la campaña.

Desarrollo de mensajes: Crear mensajes coherentes y persuasivos que resuenen con los valores y necesidades del objetivo público. Estos mensajes pueden destacar logros pasados, propuestas de políticas o la visión general del partido.

Mobilización y organización: Diseñar estrategias para movilizar a los simpatizantes, incentivar la participación y garantizar la presencia en eventos y elecciones.

Gestión de crisis: Prepararse para abordar crisis inesperadas que pueden afectar la imagen del partido o candidato, minimizando el daño y controlando la narrativa.

Palabras clave: Comunicación y estrategia; la comunicación es fundamental para la influencia política y la construcción de una base de apoyo sólido. Los operadores políticos utilizando diversas tácticas llamadas estrategias políticas que llevan al objetivo principal.

ABSTRACT

The political strategies designed by a political operator are focused on achieving specific objectives within the political arena. These strategies can range from candidate election to policy implementation and crisis management. Some key aspects of a trader's political strategies include:

Situation analysis: Evaluate the current political landscape, identifying trends, problems and opportunities that may affect the party or candidate.

Defining objectives: Establishing clear and realistic goals that the party or candidate seeks to achieve, whether it is winning elections, influencing public opinion or promoting certain policies.

Electoral segmentation: Identify key segments of the electorate to tailor messages and groups to specific strategies, thus maximizing the impact of the campaign.

Message development: Create coherent and persuasive messages that resonate with the values and needs of the target audience. These messages can highlight past achievements, policy proposals, or the overall vision of the party.

Mobilization and organization: Design strategies to mobilize supporters, encourage participation and guarantee presence at events and elections.

Crisis management: Prepare to deal with unexpected crises that can affect the image of the party or candidate, minimizing the damage and controlling the narrative.

Keywords: Communication and strategy; Communication is essential for political influence and building a solid support base. Political operators using various tactics called political strategies that lead to the main objective.

INTRODUCCION

Peruanos por el Kambio responde a un análisis serio de nuestra realidad. No es una demostración de creatividad impulsada por una agenda ni una colección de promesas sin sentido. Cada capítulo profundiza en una faceta diferente de nuestros problemas nacionales, utilizando métodos basados en la experiencia científica.

Todo comienza con la plataforma que el presidente de nuestro partido, Pedro Pablo Kuczynski, ha estado impulsando durante los últimos años. La asistencia analítica de los equipos técnicos del Instituto País, con quienes tenemos convenio de cooperación técnica, ha actualizado y complementado sus múltiples métodos.

Nuestro más sincero agradecimiento a todos los que han ayudado de alguna manera con el Plan de Gobierno 2016-2021/2001. Elaboramos un plan para la reforma democrática con el objetivo final de hacer que el avance social, cultural y económico sea accesible a todos los ciudadanos. Sin embargo, para ofrecer a la gente lo que realmente es suyo, debemos seguir un determinado curso de acción.

Modificar el método de gobierno es una parte integral de ese camino. Lo que defendemos es un cambio de perspectiva, ideales y pensamiento. Luchar contra la corrupción en todo momento; Los intereses del pueblo deben tener prioridad sobre las ganancias partidistas. Los capítulos sobre educación, economía, derechos sociales

y humanos, deporte y cultura brindan recomendaciones promocionales y particulares con el objetivo de potenciar las capacidades y el bienestar de los jóvenes, lo cual es una de las principales prioridades de nuestro plan de gobierno. Según este punto de vista, nuestro país necesita un plan gubernamental bien pensado con ideas creativas para trazar un rumbo de crecimiento, proporcionar agua potable a las zonas que carecen de ella y poner fin a la inhumanidad, para restablecer el orden en lugares donde la violencia es rampante, arrojar luz sobre toda la administración pública y hacer que la economía vuelva a crecer para que la mayoría de la gente pueda beneficiarse.

Para garantizar que nuestra nación esté lista para celebrar su bicentenario con una economía próspera que haya salido de la crisis económica, el crimen, la corrupción y la pobreza, creemos que estos cambios deben comenzar ahora.

JUSTIFICACION

Esta investigación busca conocer como un operador político en la secretaria nacional de organización establece estrategias para lograr el objetivo de ganar una elección presidencial.

INDICE

CARATULA	i
INFORME DE SIMILITUD.....	ii
TITULO	iii
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCION	xi
JUSTIFICACION	xiii
INDICE.....	xiv
CAPITULO I: LA EMPRESA.....	17
1.1. Datos Generales:.....	17
1.2. Nombre o Razón Social:	17
1.3. Ubicación de la Empresa:	17
1.4. Giro de la Empresa:	18
1.5. Tamaño de la Empresa:.....	18
1.6. Breve reseña histórica:.....	18

1.7. Organigrama de la Empresa:	20
1.8. Misión, Visión, Políticas y Valores:	21
1.8.1. Misión:.....	21
1.8.3. Políticas:	21
1.8.4. Valores:	23
1.9. Productos y Clientes:	25
1.9.1. Productos:.....	25
1.9.2. Clientes:.....	25
1.10. Premios y Certificaciones:.....	25
1.11. Relación de la Empresa con la sociedad:.....	25
CAPITULO II: BASES TEORICAS.....	27
2.1. Operador político	27
2.2. Tipos de operadores políticos en el Perú	30
2.3. Nacional:.....	32
2.4. Comunicación política:	33
2.5. Análisis político:.....	33
2.6. Internacional:	34
2.7. POLÍTICO Y POETA	36
2.8. Estrategias Electorales y comunicación política.....	37
2.8.1. ¿Qué es la estrategia de una campaña electoral?	38
2.8.2. Elementos de la estrategia de campaña.....	39

Capítulo III: DESCRIPCION Y EVALUACION DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS	41
3.1. Descripción del puesto	41
3.2. Ubicación del puesto en el organigrama.	41
3.3. Funciones del puesto	41
3.4. Actividades desarrolladas	46
3.5. Otras actividades como operador político	47
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	50
4.1. CONCLUSIONES.....	50
4.2. RECOMENDACIONES	51
BIBLIOGRAFIA	56

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Ubicación de la empresa	18
Figura N° 02: Organigrama de la empresa.....	20
Figura N° 3: PPK con la sociedad.....	26
Figura N° 04: Operador Político.....	42
Figura N° 05: Con candidato PPK	45
Figura N° 06: Debate político	47
Figura N° 07: Comités de PPK	55

CAPITULO I: LA EMPRESA

1.1. Datos Generales:

El Partido Político “Peruanos por el Kambio”, dio inicio a sus labores en octubre del año 2014, así mismo se encuentra inscrito en el registro de la SUNAT con RUC: 2060048494.

1.2. Nombre o Razón Social:

Partido político “Peruanos por el Kambio”

1.3. Ubicación de la Empresa:

El partido político “Peruanos por el Kambio”, se encuentra ubicado en la Avenida Arequipa Nro. 4652, Urbanización América Miraflores – Ciudad de Lima, Distrito de Miraflores.

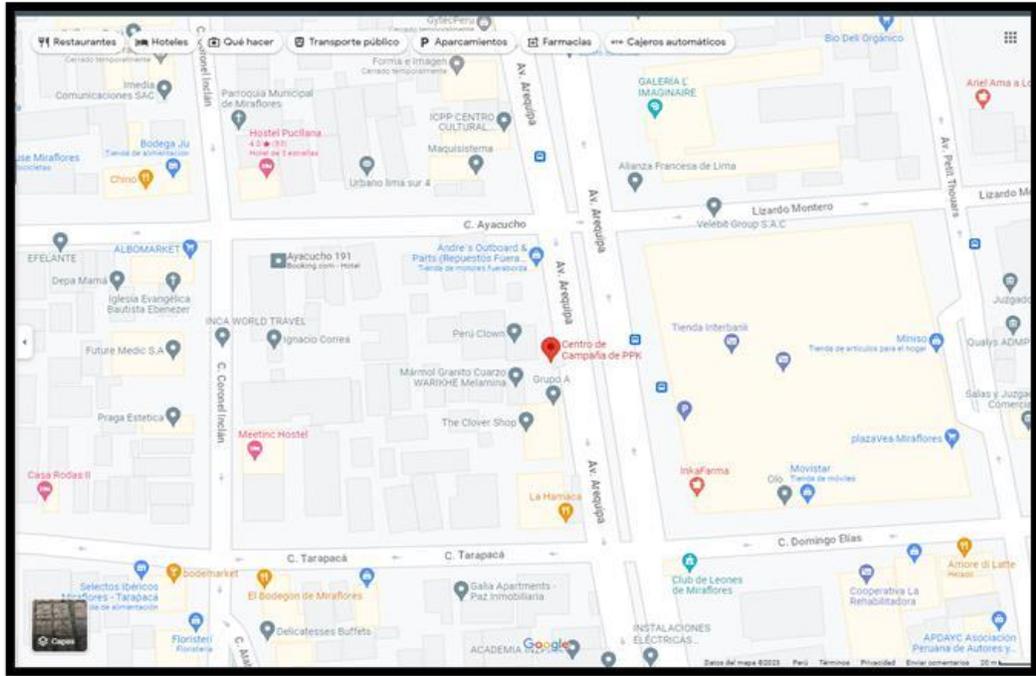


Figura N° 01: Ubicación de la empresa

1.4. Giro de la Empresa:

La institución es un partido político que pertenece a las organizaciones políticas del Perú.

1.5. Tamaño de la Empresa:

El partido político “Peruanos por el Kambio” abarca a nivel nacional.

1.6. Breve reseña histórica:

Lo fundó el economista y ex primer ministro peruano y líder del partido Pedro Pablo Kuczynski. Gilbert Violeta es actualmente su presidente. Los liberales son los que mejor caracterizan al grupo. Al igual

que su predecesor, la Alianza para el Gran Cambio, este partido político utiliza el mismo tricolor: rosa, azul cielo y amarillo en sus campañas.

Su inscripción en el Registro de Organizaciones Políticas del Jurado Nacional de Elecciones se realizó con el nombre de Perú el 15 de octubre de 2014. La primera Asamblea Nacional Estatutaria tomó la decisión de cambiar el nombre del movimiento a Peruanos para el Kambio el 16 de febrero de 2015.

La palabra «Kambio» está escrita con «K» de forma intencionada, para que Pedro Pablo Kuczynski, líder del partido, fuera conocido por sus iniciales.

Según sus estatutos Peruanos Por el Kambio “es un partido político autónomo, democrático, pluralista y de escala nacional que se formó en cumplimiento de la Constitución Política del Perú, Ley N° 28094—Ley de Partidos Políticos, las normas que dicten los organismos electorales y demás leyes de la República”,⁵ y que “la persona jurídica se instala en Lima como su lugar principal de negocios, con facultades para formar comités en todo el país e incluso fuera de él. Su ámbito de competencia incluirá todo el país. El plazo de vigencia del Partido es por tiempo indeterminado.

Actualmente la Presidencia del partido la ocupa el congresista Gilbert Violeta y la Secretaría General el congresista Salvador Heresi.

Entre sus miembros principales se encuentran Martín Vizcarra, quien se desempeñó como presidente de la República hasta su retiro en noviembre de 2020 y fue sucedido por el Congreso, Mercedes Aráoz quien se desempeña como vicepresidenta de la república, y tal vez Carlos Bruce y Juan Sheput, dos ex militantes peruanos que ahora sirven en el Congreso. Después de que Aráoz, Bruce y Sheput se unieron a PPK, el público vio que expandieron la influencia y visibilidad de PPK a nivel nacional. Todo el mundo está de acuerdo en que estos tres son los líderes de opinión clave.

1.7. Organigrama de la Empresa:

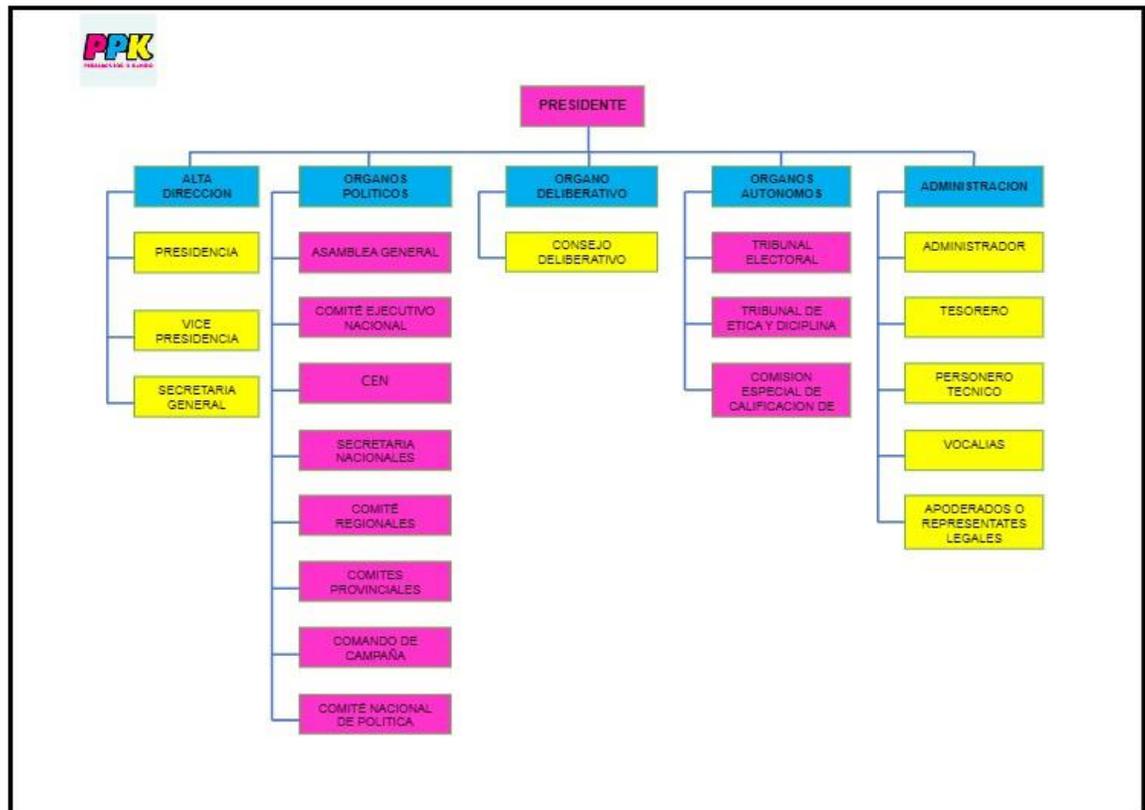


Figura N° 02: Organigrama de la empresa

1.8. Misión, Visión, Políticas y Valores:

1.8.1. Misión:

Somos un partido político nacional independiente, democrático y pluralista cuyo objetivo principal es transmitir las necesidades y deseos de la gente para que se tengan en cuenta cuando se toman decisiones políticas.

1.8.2. Visión:

Ganar las elecciones y al llegar al poder, gobernar de acuerdo con sus principios y programas elaborados.

1.8.3. Políticas:

A continuación, te proporciono una descripción general de las políticas que podrían estar presentes en diferentes partidos peruanos, basada en ideologías y temas comunes en el panorama político del país hasta la actualidad. Según los siguientes sectores:

1.8.3.1. Economía:

Enfoque en el crecimiento económico y sostenible la creación de empleo. Políticas para reducir la desigualdad económica y mejorar la distribución de la riqueza.

Apoyo a la inversión en sectores clave como la minería, agricultura, turismo y tecnología.

1.8.3.2. Educación:

- Inversión en educación pública de calidad y acceso universal a la educación.
- Reformas para mejorar la formación docente y actualizar los planes de estudio. Fomento de la educación técnica y tecnológica para satisfacer las necesidades del mercado laboral.

1.8.3.3. Salud:

- Acceso equitativo a servicios de salud de calidad.
- Fortalecimiento de la atención primaria y prevención de enfermedades.
- Implementación de programas de seguro de salud y asistencia médica para todos.

1.8.3.4. Medio ambiente:

- Políticas de conservación y sostenibilidad ambiental.
- Promoción de energías renovables y reducción de la dependencia de los combustibles fósiles.
- Protección de áreas naturales y regulación de la actividad minera y extractiva.

1.8.3.5. Derechos humanos y justicia:

Defensa - Reformas para mejorar la formación docente y actualizar los planes de estudio.

Fomento de la educación técnica y tecnológica para satisfacer las necesidades del mercado laboral.

1.8.4. Valores:

Los valores de un partido político en el Perú pueden variar según su ideología, plataforma y visión particular. Sin embargo, aquí hay una lista de valores que Peruanos por el Cambio comparte en su enfoque político:

1.8.4.1. Democracia:

Compromiso con los principios democráticos, el respeto a la voluntad popular y el fortalecimiento de las instituciones democráticas.

1.8.4.2. Justicia social:

Buscar igualdad de condiciones para todos los residentes mediante la implementación de medidas para reducir las disparidades económicas y sociales.

1.8.4.3. Transparencia y rendición de cuentas:

Promoción de la transparencia en la gestión pública, la lucha contra la corrupción y la rendición de cuentas por parte de los funcionarios y líderes políticos.

1.8.4.4. Derechos humanos:

Protección de las libertades individuales, incluido el derecho a la libertad de expresión, la igualdad entre los sexos, las condiciones de trabajo seguras y la protección contra la discriminación.

1.8.4.5. Estado de derecho:

Respeto por el imperio de la ley, el respeto a las decisiones judiciales y la garantía de un sistema legal justo y equitativo.

1.8.4.6. Participación ciudadana:

Fomento de la participación activa de los ciudadanos en el proceso político, la toma de decisiones y la formulación de políticas.

1.8.4.7. Desarrollo sostenible:

Compromiso con el crecimiento económico que tenga en cuenta la conservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos naturales.

1.8.4.8. Solidaridad y justicia económica:

Defensa de políticas que benefician a los sectores más vulnerables de la sociedad y promoción de la distribución equitativa de la riqueza.

1.8.4.9. Pluralismo:

Aceptación y respeto por las diferentes opiniones y perspectivas en la sociedad, fomentando un ambiente de diálogo y debate constructivo.

1.8.4.10. Paz y estabilidad:

Promoción de la paz interna y externa, evitando conflictos y buscando soluciones pacíficas a los desafíos nacionales e internacionales.

1.8.4.11. Identidad cultural:

Valorización y protección de la diversidad cultural del país, incluyendo el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas y sus tradiciones.

1.9. Productos y Clientes:

1.9.1. Productos:

El producto es el plan de gobierno de Peruanos Por el Cambio 2016 y los clientes vendrían ser los 33 millones de electores.

1.9.2. Clientes:

Población en general del país.

1.10. Premios y Certificaciones:

Haber logrado ganar las elecciones presidenciales del 2016.

1.11. Relación de la Empresa con la sociedad:

Los partidos políticos son grupos de personas que se han agrupado para formar una organización formal de derecho privado con el objetivo de intervenir democráticamente en los asuntos públicos de la nación dentro de los parámetros de la Constitución Política del Estado y de esta legislación.



Figura N° 3: PPK con la sociedad

CAPITULO II: BASES TEORICAS

2.1. Operador político

Se define como un negociador con amplia experiencia política para establecer acuerdos, cabildear intereses y participar en las campañas políticas mediante la movilización de ciudadanos para obtener votos. Existen diversas acepciones para el término que involucra a un agente que actúa como intermediario, que en la literatura contemporánea recibe el nombre de bróker, gestor de beneficios u obras sociales para los ciudadanos a cambio de obtener su lealtad política o establecer una red de legitimidad. Pero también se da un intercambio simbólico entre los operadores políticos los ciudadanos que actúan a favor del partido político que los convoca por gratitud, solidaridad e identidad partidaria.

Dada la amplia gama de intervención que tiene en la vida política este agente, considerado operador político por las actividades que desarrolla el objetivo de este análisis al concepto es presentar un estudio pormenorizado que permita contar con una mayor claridad conceptual sobre este tema. Sobra decir que las investigaciones y estudios son escasos por la propia naturaleza del trabajo que desempeñan, en la frontera de la legalidad. Los operadores no necesariamente militan dentro del mismo partido para el cual trabajan. El objetivo fundamental de un agente externo al partido o al gobierno que opera a favor de ellos es

garantizar el acuerdo de las partes y distribuir los beneficios económicos y políticos.

Son varias y no siempre coincidentes las concepciones que se tienen del operador político, sobre todo en las democracias incipientes de América Latina donde históricamente el papel de intermediario se da relacionado directamente con la compra del voto y la lealtad de los políticos también llamado clientelismo.

Sin embargo, en un análisis más profundo y crítico del tema podemos señalar que no sólo se realiza un proceso de transacción, sino también de distribución de recursos inmateriales y privilegios en caso de ganar la contienda electoral. Muchos cargos públicos se obtienen por esta vía, derivado de la participación en convocar a ciudadanos de manera corporativa a votar el día de las elecciones.

El vocablo operador político, está relacionado con múltiples acciones que se realizan en el ámbito gubernamental, pero se pueden apreciar particularmente tres categorías para obtener una explicación más precisa y rigurosa. La primera se refiere al papel que tienen los consultores, agentes políticos y miembros de los partidos políticos que son contratados para actuar en una elección para obtener votos, mediante la movilización, logran reclutar promotores, simpatizantes y garantizar el triunfo de un partido político en una elección específica. La segunda categoría del concepto operador político se refiere a los líderes sociales,

políticos e incluso religiosos que en América Latina conforman una red de seguidores, simpatizantes e incluso militantes de los partidos políticos que buscan recibir beneficios de su participación política, obtener privilegios, no sólo en las elecciones sino también en la tarea de sostener un gobierno y garantizar la legitimidad de sus acciones.

Una tercera categoría de los operadores políticos está en el lobbying, el cabildeo y la negociación que se realiza entre los diversos grupos de interés. Por ejemplo, para aprobar una reforma electoral en la legislatura o congreso; es necesario obtener votos para su aprobación. Los operadores políticos, intermediarios de los grupos de poder son aquellos que logran negociar y buscar el equilibrio en las propuestas. También pueden ser los cabilderos que actúan dentro de los congresos y legislaturas para beneficiar a grupos empresariales mediante leyes y reformar, impuestos y subsidios.

Desde la década de los cincuentas se ha tocado el papel de los operadores políticos en los análisis electorales que vinculan de manera directa a estos agentes electorales con el clientelismo y la compra de voto; que podría llevar un análisis simplista del fenómeno que en realidad resulta más complejo y digno de un estudio más profundo. Siguiendo la categorización descrita anteriormente sobre los tres tipos de operadores políticos que existen, aunque no cierra la posibilidad de que haya más figuras, se analizara en principio el término del operador político desde la perspectiva teórica para después desglosar cada uno de las categorías

construidas para la comprensión de este vocablo generisis y que la Real Academia Española todavía no contempla.

2.2. Tipos de operadores políticos en el Perú

En el contexto político del Perú, existen diversos tipos de operadores políticos que desempeñan roles específicos en la promoción de candidatos, partidos políticos y agendas políticas.

A continuación, te presento algunos tipos comunes de operadores político en el Perú:

- **Estrategas Electorales:** Son expertos en diseño y ejecución de estrategias electorales. Trabajan en la planificación de campañas, el análisis de datos y la identificación de oportunidades para maximizar el apoyo electoral.
- **Consultores de Comunicación:** Se enfocan en la estrategia de comunicación de campaña. Crean mensajes efectivos, gestionan la relación con los medios de comunicación y supervisan la presencia en redes sociales.
- **Operadores de Campaña de Base:** Coordinan la movilización de la base de apoyo del partido o candidato. Organizan eventos, mítines y actividades comunitarias para interactuar directamente con los votantes.

- **Lobbystas:** Trabajan para influir en la toma de decisiones políticas a nivel gubernamental o legislativo. Representan los intereses de grupos, empresas u organizaciones y buscan que sus agendas sean consideradas en la formulación de políticas.
- **Asesores de Imagen:** Se ocupa de la imagen pública del candidato o partido. Ayuda a construir una imagen coherente y positiva a través de la vestimenta, el discurso y la presencia en medios.
- **Estrategas de Redes Sociales:** Gestionan la presencia en línea, creando contenido atractivo y gestionando la interacción con el público en plataformas de redes sociales.
- **Encuestadores y Analistas de Datos:** Realizan encuestas y análisis de datos para comprender las preferencias del electorado y evaluar el impacto de las estrategias de campaña.
- **Consultores Jurídicos y Normativos:** Se aseguran de que la campaña cumpla con las leyes y leyes electorales. Manejan cuestiones legales y de cumplimiento.
- **Coordinadores de Alianzas Políticas:** Trabajan en la formación de alianzas y coaliciones políticas para ampliar el apoyo y maximizar la influencia.
- **Asesores de Políticas Públicas:** Desarrollan propuestas de políticas públicas y ayudan a los candidatos a definir posiciones sobre temas clave.

- **Estrategas de Mensajes Culturales:** Adaptan los mensajes de la campaña para resonar con grupos étnicos, culturales o regionales específicos.
- **Coordinadores de Eventos y Logística:** Organizan eventos y actividades de campaña, asegurando que todo se desarrolle sin contratiempos.
- **Expertos en Movilización Digital:** Manejan campañas digitales, desde la creación de contenido hasta la estrategia de publicidad en línea.

Analistas de Opinión Pública: Monitorean y analizan la opinión pública y el clima político para ajustar las estrategias.

Estos son solo algunos ejemplos de los tipos de operadores políticos que pueden existir en el Perú. En un entorno político dinámico, es común que los operadores desempeñen múltiples roles o trabajen en colaboración para lograr los objetivos de la campaña o partido.

2.3. Nacional:

En el contexto político peruano, un operador político desempeña diversas funciones clave para apoyar y respaldar la labor de un partido político, un candidato o un líder en su búsqueda de objetivos políticos. Estas funciones pueden variar dependiendo del rol específico que tenga el operador político y el contexto político en el que se desenvuelva. Algunas de las funciones más comunes son las siguientes:

Estrategia y planificación política: El operador político participa en la elaboración de estrategias y planes para alcanzar los objetivos políticos establecidos. Ayuda a identificar oportunidades y desafíos, así como a diseñar acciones y tácticas para aprovecharlas o superarlas.

2.4. Comunicación política:

El operador político es responsable de la gestión de la comunicación política del partido o candidato. Esto incluye el manejo de mensajes, discursos, comunicados de prensa, redes sociales y otras herramientas de comunicación para difundir la visión y las propuestas políticas.

- **Relaciones públicas:** Se encarga de gestionar las relaciones públicas del partido o candidato, mantener contactos con los medios de comunicación y otras organizaciones, buscando cobertura positiva y manejando la imagen pública.

Movilización y organización: El operador político trabaja en la movilización de simpatizantes y electores, coordinando esfuerzos para organizar eventos, mítines, concentraciones, y otras actividades que promueven el apoyo a la causa política.

2.5. Análisis político:

Realiza investigaciones y análisis políticos para consolidar informado sobre el panorama político actual, identificar tendencias electorales y evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.

- **Captación de recursos:** Contribuye en la búsqueda de financiamiento para el partido o la campaña electoral, coordinando la recaudación de fondos y asegurándose de cumplir con las normas de financiamiento político.
- **Lobby y gestión de relaciones:** En algunos casos, el operador político trabaja en la gestión de relaciones con otras instituciones políticas, funcionarios, legisladores y actores clave, con el fin de buscar apoyo para los intereses del partido o candidato.

2.6. Internacional:

El vicepresidente Michel Temer asumirá el jueves como jefe de Estado de la quinta nación más poblada del mundo, después de que el Senado aprobara el juicio político a la presidenta Dilma Rousseff, que se lleva a cabo bajo cargos de violaciones de la ley presupuestaria.

Mientras Rousseff es conocida por su manera directa. Quienes han trabajado con Temer dan fe de su compostura y su comportamiento inusual entre los políticos brasileños: escucha tanto a sus amigos como a sus enemigos con igual curiosidad.

El desafío que tendrá por delante quita el aliento. Brasil tiene que actuar rápidamente para recuperar la confianza, ya que se encuentra en medio de su peor recesión desde la década de 1930. El juicio político, según Rousseff y el gobernante Partido de los Trabajadores (PT), es un golpe de Estado y Temer es un traidor.

Temer, que hace cinco meses se distanció de Rousseff, ya ha nombrado a varios ministros para puestos importantes, alegando que ella lo ignora. Estos individuos son figuras prominentes en las esferas política y corporativa de Brasil, y sus políticas económicas serán más liberales que las políticas izquierdistas de Rousseff.

Después de haber servido durante muchos años en la cámara baja del Congreso, este hombre de 75 años se volvió experto en su oficio mientras era asociado de los ex presidentes Luiz Inácio Lula da Silva (un izquierdista) y Fernando Henrique Cardoso (un centrista).

Se ganó una reputación de estar por encima de las refriegas. Sus oponentes a veces recurren a gestiones grandilocuentes y dramáticas durante las disputas, pero se dice que él nunca dice malas palabras ni alza la voz, según personas que lo conocen.

“Temer es firme, pero no agresivo. Habla, pero no demasiado. Parece estar muy feliz. La periodista Eliane Cantanhede, que cubre al vicepresidente desde hace décadas, afirmó: "Ha demostrado que puede negociar con cualquiera, de derecha o de izquierda". Cantanhede trabaja para el periódico Estado de S.Paulo y Globo TV.

Quienes lo apoyan dicen que eso le permitirá resolver cosas.

“Es un constructor político que obtendrá el respaldo del parlamento e implementará los cambios necesarios para revitalizar la economía y la

política”, comentó Darcisio Perondi, un viejo amigo suyo y miembro del PMDB en Brasil.

Pero Temer genera dudas, incluso entre quienes quieren cambios.

Aunque los mercados aumentaron como resultado de la esperanza de un gobierno que se adaptaría mejor a sus necesidades, algunos inversores temen que no pueda controlar la realidad políticamente inestable del país o sofocar las afirmaciones del PT de que su administración carece de legitimidad debido a su enfoque cauteloso.

2.7. POLÍTICO Y POETA

Temer tiene algunas características inusuales. Escribió un poemario cuyos poemas fueron escritos en servilletas de aviones durante sus viajes entre Brasilia y Sao Paulo. Estaba casado con una exreina de belleza cuyo nombre se tatuó en el cuello. Tuvieron cinco hijos juntos. Entre sus contenidos hay referencias a la política local divisiva y la glorificación de la forma femenina.

Temer muestra un perfil bajo, pero es vanidoso. Aunque reconoció abiertamente que mejoraba su apariencia, hace siete años se sometió a una operación de nariz para corregir una imperfección.

El “político poeta” será presidente hasta el fin del mandato de Rousseff, en 2018. Temer su decisión de no participar en esas elecciones es predecible dado que una encuesta reciente de Datafolha encontró que obtendría el apoyo de sólo el 1% de la población.

Ha liderado durante 15 años al PMDB, una facción política que ocupa el primer lugar en términos de representación en el Congreso pero que carece de una plataforma coherente.

Temer, el octavo hijo de unos inmigrantes libaneses que llegaron al país en 1925, se inició en la política en la década de 1960, como asistente de Ademar de Barros, ex gobernador de São Paulo y político cuyo mandato se dice que inspiró el lema "Roba, pero gana dinero".

Desde que Rousseff asumió el poder en 2011, Temer fue el principal responsable de lograr que el Congreso respaldara el plan del presidente y llevarlo a cabo. Desafortunadamente, las cosas empeoraron entre ellos a medida que cayeron los índices de aprobación del presidente.

Temer congeló su relación con Rousseff el año pasado, junto al dicho latino "las palabras vuelan, lo escrito queda" cuando le escribió una carta repleta de agravios".

"Esta es una carta personal que debería haber escrito hace mucho", compuesto el 7 de diciembre. Además de ganar votos en el parlamento y evitar crisis, Temer sintió que lo habían descuidado y que sólo lo utilizaban para estos fines. Aunque no le pidieron que se reuniera con su homólogo estadounidense, lo reprendió por ello, Joe Biden.

2.8. Estrategias Electorales y comunicación política

2.8.1. ¿Qué es la estrategia de una campaña electoral?

La estrategia es la herramienta fundamental en una campaña, la piedra angular sobre la que se edifica toda la propuesta.

Según Jaime Durán: “La estrategia es el plan general que integra todos los elementos y los proyecta para alcanzar el éxito electoral”.

La estrategia es el camino a seguir para alcanzar el objetivo político trazado. Nos permite definir claramente cómo vamos a lograr el voto de los electores. A través de la estrategia se evalúa el terreno político, las circunstancias o el clima en que se va a dar la campaña, la imagen del candidato y de los opositores, los objetivos, el mensaje, la comunicación, el calendario de campaña, los amigos (y, por ende, las posibles alianzas), los competidores a derrotar y los competidores a neutralizar.

A través de la estrategia se determina el mejor rumbo para posicionar al candidato, definiendo su “espacio electoral”, o el “nicho” que el candidato puede ocupar en el “mercado electoral”. La estrategia da un norte al mensaje y a todas las acciones de campaña. Se entiende entonces que la estrategia de comunicación se desprende de la estrategia política.

Hay que tener en cuenta que cada campaña es única y, en ese sentido, la estrategia debe diseñarse de acuerdo a la realidad política y social concreta que se presenta en un determinado momento. Parte de un

análisis de la situación y propone un camino a seguir. En este sentido el candidato y su equipo necesitan información correcta y actualizada a fin de definir qué proponerle al electorado.

EN RESUMEN, una buena estrategia analiza correctamente el momento político y define lo que tiene que decir y hacer un candidato para ganar una elección.

2.8.2. Elementos de la estrategia de campaña

Debemos tener en cuenta que una estrategia debe contar con:

EL DIAGNOSTICO ESTRATEGICO: es decir, tener definidos los principales problemas de la sociedad y las alternativas de solución.

ETAPAS DE CAMPAÑA: manejar este punto es clave porque la campaña electoral está definida por dos tiempos: el tiempo calendario y el tiempo político. El primero lo establece la ley y los organismos electorales, el segundo está definido por factores objetivos y subjetivos, es decir momentos, situaciones y coyunturas que van definiendo a los actores políticos.

LOS ESCENARIOS: el candidato es un actor que está en escenarios que puede y debe escoger. Definir los escenarios es clave y forma parte del plan estratégico

EL MAPA POLITICO: es el conjunto de actores que integran el escenario político (otros candidatos, electorado, potenciales alianzas, medios de comunicación).

EL ANALISIS POLITICO: esto permite analizar las motivaciones de los electores, latentes y manifiestas. Nos permite identificar los distintos tipos de voto; duro, blando, indeciso e imposible. Es importante saber que en países como el Perú los electores definen su voto en los últimos días. Para las elecciones presidenciales de abril del 2006, el 25% de los electores definió su voto el último día.

LA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO: tener este tipo de estrategia ayuda a definir la mejor manera de posicionar al candidato, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades y las de sus contrincantes.

LA ESTRATEGIA DE MEDIOS: esta estrategia es clave, pues permitirá saber a través de qué medios se realizará la campaña.

LOS RECURSOS: definitivamente, sin recursos no hay campaña. Sin embargo, una buena estrategia permite agenciarse de recursos.

EL ANALISIS INTERNACIONAL: este punto permite enmarcar el proceso en el contexto internacional que condiciona al elector

Capítulo III: DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1. Descripción del puesto

Operador Político a nivel nacional en el comando de avanzada del partido político “Peruanos por el Cambio”.

3.2. Ubicación del puesto en el organigrama.

Secretaría Nacional de Organización.

3.3. Funciones del puesto

Son funciones de la Secretaría Nacional de Organización:

Los aportes que un operador político pueda dar a un partido político en Perú pueden variar ampliamente según su experiencia, habilidades y recursos. Algunas formas en las que un operador político podría contribuir a un partido político incluyen:



Figura N° 04: Operador Político

- **Estrategia y asesoramiento:**

Los operadores políticos suelen tener experiencia en estrategias electorales y comunicación política. Pueden asesorar al partido sobre cómo abordar temas clave, diseñar estrategias para ganar elecciones y mejorar la imagen pública del partido.

- **Organización de campañas:**

Los operadores políticos pueden ayudar a organizar y ejecutar campañas electorales efectivas. Esto incluye la planificación de mítines, debates, eventos de recaudación de fondos y otras actividades que aumentan la visibilidad del partido.

- **Comunicación:**

Los operadores políticos pueden ser expertos en comunicación política. Pueden desarrollar mensajes claros y efectivos para el partido, gestionar las redes sociales y los medios de comunicación, y mejorar la forma en que el partido se comunica con el público.

- **Reclutamiento y formación:**

Los operadores políticos pueden ayudar a identificar y reclutar candidatos prometedores para el partido. También pueden ofrecer formación y capacitación a los miembros del partido en áreas como la oratoria, la estrategia y la gestión de campañas.

- **Análisis de datos:**

Los operadores políticos a menudo utilizan análisis de datos para identificar tendencias electorales, segmentar al electorado y ajustar las estrategias en función de la información recopilada.

- **Estrategias de recaudación de fondos: alcalde en función:**

Pueden contribuir con ideas para recaudar fondos para el partido, ya sea a través de eventos, donaciones individuales, recaudación en línea u otras estrategias de financiamiento.

- **Relaciones públicas y lobbying:**

Los operadores políticos pueden trabajar en la construcción de relaciones con otros partidos, actores políticos y grupos de interés. Esto puede incluir esfuerzos de cabildeo para determinar ciertas políticas o posiciones.

- **Investigación y análisis político:**

Pueden proporcionar análisis políticos detallados sobre la situación actual, las tendencias electorales y las posibles oportunidades y desafíos que enfrenta el partido.

Es importante recordar que todas las contribuciones deben realizarse dentro del marco legal y ético establecido por la legislación electoral y de financiamiento de campañas. Las contribuciones deben ser transparentes y estar en cumplimiento con las vigentes.

- Proporcionar instrucciones organizativas al Partido en todos los niveles a través de sus órganos jerárquicos apropiados y garantizar su cumplimiento.
- Integrar el Comité Nacional de Política.
- Supervisar la organización y funcionamiento de los Comités Regionales y Provinciales.
- Colaborar con los Secretarios Nacionales responsables de presidir las Comisiones Nacionales en la elaboración del Manual de Organización y Funcionamiento de las Comisiones.

- Elaborar, mantener y actualizar la hoja de vida de los afiliados al Partido.
- Llevar el registro de pre - candidatos y candidatos a los diferentes procesos electorales.
- Las demás funciones que este estatuto le atribuya.



Figura N° 05: Con candidato PPK

3.4. Actividades desarrolladas

Articular en cada Región, Provincia y Distrito de todo el país en la conformación de bases partidarias, para la sostenibilidad candidato y lograr el objetivo de ganar las elecciones presidenciales.

Buscar alianzas con líderes de partidos políticos, alcaldes en todos los 3 niveles del estado, dirigentes de organizaciones sociales y autoridades políticas a nivel nacional.

Se gestionaba la conformación de bases, comités, a través de la visita a cada lugar del ámbito nacional del Perú llegando a establecer una confianza en el grupo de pobladores, con el objetivo manifestar los planes de campaña electoral.

Identificar futuros candidatos al congreso con perfil meritocrático, trayectoria política si fuera el caso y de buenos valores, como empresarios, profesionales, personas que desean trabajar por su país.

Articular con autoridades políticas electas para la sostenibilidad financiera y política del partido.



Figura N° 06: Debate político

3.5. Otras actividades como operador político

Las actividades de un operador político en el Perú, o en cualquier lugar, pueden variar dependiendo de su función y objetivos específicos. Los operadores políticos suelen trabajar detrás de escena para influir en decisiones políticas, construir alianzas y respaldar a candidatos o partidos. Aquí hay algunas actividades que podrían considerarse relevantes para un operador político en el Perú en el año 2022:

- **Cabildeo y negociación:** Los operadores políticos pueden trabajar para cabildear en nombre de grupos de interés o partidos políticos. Esto implica establecer contactos con legisladores y funcionarios gubernamentales para influir en la formulación de políticas y leyes.

- **Estrategia electoral:** En un año electoral, los operadores políticos juegan un papel fundamental en la planificación estratégica de campañas electorales. Pueden participar en la identificación de distritos clave, grupos demográficos importantes y estrategias de comunicación.
- **Gestión de imagen y comunicación:** Los operadores políticos trabajan en la construcción y protección de la imagen de los candidatos y partidos. Esto puede involucrar la creación de mensajes, discursos y la gestión de la presencia en medios de comunicación y redes sociales.
- **Movilización de bases:** Los operadores políticos pueden ser responsables de movilizar y coordinar el apoyo de bases de votantes. Esto implica organizar eventos, mítines y actividades que involucren a la comunidad y generen apoyo para el candidato o partido.
- **Alianzas y coaliciones:** En el panorama político, la formación de alianzas y coaliciones puede ser crucial. Los operadores políticos pueden trabajar en la construcción de relaciones con otros partidos políticos o grupos de interés para fortalecer la posición de su candidato o partido.
- **Análisis político y encuestas:** Los operadores políticos suelen realizar análisis políticos detallados y encuestas de opinión para comprender mejor el panorama político y la percepción pública. Esto ayuda a ajustar estrategias y mensajes según sea necesario.
- **Gestión de crisis:** En caso de problemas o controversias, los operadores políticos pueden intervenir para gestionar la situación y minimizar el daño.

político. Esto podría incluir la preparación de respuestas, la gestión de relaciones públicas y la toma de medidas correctivas.

- **Financiamiento de campañas:** Los operadores políticos a menudo están involucrados en la recaudación de fondos para campañas electorales. Esto implica establecer relaciones con donantes y asegurar los recursos financieros necesarios.
- **Construcción de redes políticas:** Los operadores políticos trabajan en la creación y mantenimiento de redes de contactos políticos y sociales. Estas redes pueden ser útiles para movilizar apoyo, obtener información y lograr objetivos políticos.
- **Monitoreo legislativo y político:** Los operadores políticos pueden seguir de cerca la actividad legislativa y política, identificando oportunidades para influir en la toma de decisiones y anticipando posibles desafíos.

Es importante tener en cuenta que las actividades de un operador político pueden variar en función de la situación política y los objetivos específicos de su cliente o partido.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Las conclusiones de un operador político en el Perú surgieron de varios factores, como el contexto político actual, los objetivos específicos del operador y las estrategias implementadas.

Sin embargo, puedo ofrecer algunas conclusiones generales según mi experiencia laboral que podrían ser relevantes para un operador político en el Perú:

- **Análisis de Resultados Electorales:** Un operador político podría llegar a conclusiones sobre los resultados de las elecciones, identificando patrones de voto, tendencias demográficas y áreas geográficas clave que influyeron en los resultados. Esto puede ser útil para ajustar futuras estrategias electorales y entender las preferencias del electorado.
- **Percepción Pública y Comunicación:** Evaluar la percepción pública de un partido o candidato es crucial. Las conclusiones pueden estar relacionadas con la efectividad de los mensajes de campaña, la imagen pública proyectada y las áreas en las que se necesita mejorar la comunicación.
- **Análisis de Competidores:** Comprender las estrategias de otros partidos políticos y candidatos es esencial. Las conclusiones pueden incluir la identificación de puntos fuertes y débiles.

4.2. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones como operador político en el Perú surgirán de la situación específica, los objetivos del partido o candidato, y el contexto político actual. Sin embargo, aquí hay algunas recomendaciones generales que podrían ser relevantes:

- **Análisis de la Base de Apoyo:** Realice un análisis detallado de la base de apoyo del partido o candidato para comprender mejor sus características demográficas, intereses y necesidades. Esto permitirá una estrategia de campaña más enfocada y personalizada.
- **Comunicación Clara y Efectiva:** Desarrollar mensajes claros y efectivos que resuenen con el electorado. La comunicación debe ser transparente, auténtica y centrada en los problemas que más preocupan a la población.
- **Movilización del Electorado:** Diseñar estrategias para movilizar a los votantes, especialmente aquellos que históricamente tienen bajos niveles de participación. Esto podría incluir campañas de registro de votantes, incentivos para votar y métodos para generar interés en el proceso político.

- **Inclusión y Diversidad:** Promover la inclusión y la diversidad en todos los niveles del partido. Esto no solo es importante para representar a la sociedad peruana en su conjunto, sino que también puede generar apoyo entre diversos grupos.
- **Monitoreo de Opinión Pública:** Realice un seguimiento constante de las encuestas de opinión pública para ajustar las estrategias en función de las tendencias cambiantes y la percepción pública. Estar atento a los cambios en el sentimiento popular puede permitir adaptaciones oportunas.
- **Estrategia de comunicación:** Diseñar estrategias de comunicación para identificar potenciales políticos que sean los futuros candidatos.
- **Logística:** Contar con la logística a nivel nacional, de esta manera se puede aplicar toda estrategia que se necesite para obtener el objetivo y llegar a ganar unas elecciones presidenciales.
- **Asesoramiento:** Un partido político debe contar con un equipo especial de asesoramiento en el entorno cerrado del candidato, para tomar decisiones que sean estratégicas y efectivas. Un equipo especial de asesoramiento en una campaña política en el

Perú desempeñaría una serie de funciones críticas para el éxito de la campaña. Un equipo de asesoramiento bien coordinado y diversificado puede abordar funciones de manera efectiva, permitiendo una campaña política sólida y exitosa en el contexto peruano.

- **Alianzas y Relaciones Públicas:** Establecer y mantener relaciones con otros actores políticos, líderes comunitarios y organizaciones relevantes. Identificar oportunidades para colaboraciones y alianzas estratégicas.
- **Coordinación Interna:** Asegurar una comunicación fluida y eficiente entre los diferentes departamentos y miembros del equipo. Mantener a todos los involucrados informados sobre los avances y cambios en la estrategia.
- **Entrenamiento y Capacitación:** Proporcionar entrenamiento a los voluntarios y miembros del equipo de campaña. Asegurarse de que todos comprendan la estrategia y los mensajes clave de la campaña.
- **Comunicación de Crisis:** Estar preparado para gestionar crisis de comunicación que puedan surgir durante la campaña.

Desarrollar planes de respuesta y comunicación efectiva para abordar situaciones delicadas.

- **Campañas Publicitarias:** Diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas en medios tradicionales y digitales. Esto incluye la creación de material para comerciales de redes sociales, radio, prensa y televisión.
- **Estrategia y Planificación:** Desarrollar una estrategia integral de campaña que defina los objetivos, el mensaje central, los objetivos públicos, las tácticas a utilizar y el calendario de actividades. Esta estrategia debe ser coherente con los valores y metas del partido o candidato.



Figura N° 07: Comités de PPK

BIBLIOGRAFIA

https://www.academia.edu/25820567/Operador_pol%C3%ADtico_Diccionario_de_Com_Pol%C3%ADtica

https://goberna.pe/operadores-politicos/?doing_wp_cron=1692661073.2380321025848388671875