



DatosXvotos

**CONOCE TU  
TERRITORIO**  
DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

A partir de entender como en la práctica muchas campañas son estructuradas, las necesidades de tener capacidad y bajos recursos y por petición de muchas de ellas, les presentamos un ejercicio aplicable para reducir los costos de la política.

El interés de presentar esta metodología parte de resultados de investigaciones previas acerca de los costos de la política; de los retos de renovar y fortalecer el trabajo constante con líderes en las regiones; parte a su vez, de colaboraciones con organizaciones como el Extituto de Política Abierta, con quienes se diseño el proyecto y complementa la apuesta del Programa Datos X Votos.



click aquí →

Esta metodología es primera parte de tres (1 de 3 partes). 1. Conoce tu territorio diagnóstico para campañas. 2. Inteligencia colectiva para propuestas y planes de Gobierno. 3. Comunicación asertiva con mis votantes.

Este módulo “Conoce tu territorio diagnóstico para campañas” está estructurado de la siguiente manera:

### **1** Introducción a las nuevas formas de hacer campaña política.

Esta primera parte e indaga ¿por qué hacer una campaña distinta? ¿Qué es un encuentro ciudadano? ¿qué es una cartografía social? ¿Por qué hacer una visualización de cartografía de datos participativa en una campaña política?

### **2** Preparación para el diagnóstico

- + Todo lo que necesitas saber para dejar un producto útil para tu campaña.
- + Rol de la facilitación
- + Materiales.

### **3** Definición de objetivos

- + Establece los objetivos de la jornada claros con los asistentes.

### **3** Dibuja tu territorio

- + Pasos para construir una cartografía de datos participativa para campañas política.

### ¿Por qué hacer una campaña distinta?

- + Las campañas políticas son altamente costosas, con herramientas y método puedes bajar esos costos
- + Salir a la calle es altamente costoso, ¿cómo vas a priorizar tus recursos ?
- + Conseguir plata y aliados no es fácil con un mejor uso de herramientas y datos puedes solucionar esas barreras.
- + Puedes generar mayor fidelización y apropiación de estos ciudadanos y receptividad a que realmente voten por ti utilizando estos métodos de campaña.
- + Convencer vs apropiar- ¡ he ahí el dilema !
- + Es menos costoso trabajar de la mano con la ciudadanía que si sólo sales a convencerlos.

### ¿Qué es hacer un diagnóstico?

- 1** El diagnóstico es un ejercicio que evalúa una situación social o política, y que involucra datos, cifras e información pero también las percepciones, sentimientos, y evaluaciones de las personas.
- 2** Es un ejercicio de evaluación crítica de una situación o problema y de ahí poder evaluar sus causas, sus consecuencias.
- 3** Es un proceso sistémico para comprender la realidad contrastando distintas fuentes y técnicas de investigación social. La cartografía es una de esas técnicas.

### ¿Qué es una cartografía social<sup>1</sup>?

Es un método participativo de **investigación colectiva** que parte de una perspectiva integradora, que tiene en cuenta que la realidad construida culturalmente por las personas, desde sus experiencias culturales, interpersonales y políticas.

Estas influyen en la forma en que entendemos, vivimos y construimos nuestro territorio y sociedad. Es una forma de conocer las complejidades del territorio mediante las experiencias, el conocimiento, los datos y la información de la comunidad.

**« Es una forma de construir  
con la gente y para la gente. »**

---

1. “De este modo, las metodologías vinculadas a la cartografía social permiten articular en un enfoque multidimensional, el análisis de las relaciones de dominación, las disputas territoriales por los recursos, y la conformación de identidades sociales y culturales, por lo que se afirma que dichas tensiones y problemáticas están intrínsecamente relacionadas y mutuamente imbricadas.” (<https://lasillavacia.com/silla-llena/red-etnica/historia/la-cartografia-social-herramienta-de-analisis-las-conflictividades>)

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

### ¿Qué es un encuentro ciudadano para el diagnóstico colectivo?

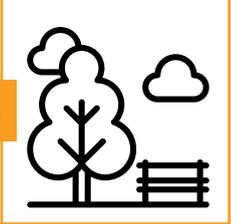
Es un ejercicio que permite involucrar a la ciudadanía desde la construcción de diagnósticos, co-creación de propuestas, en estrategias de micro-financiación, estrategias de movilización y apoyo en comunicaciones, entre otras acciones. Normalmente, los diagnósticos y las soluciones son efectuadas por expertos que conocen muy bien las cifras y las problemáticas desde investigaciones pero no necesariamente desde la fuente del problema, o desde las personas.

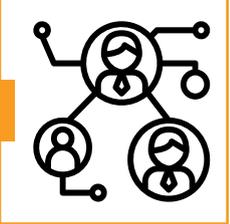
Para realizarlo, es fundamental hacer una convocatoria amplia que permita su participación.

Un encuentro ciudadano para el diagnóstico de las necesidades del territorio, consiste en

- 

**1** Identificar los espacios y lugares que habitan
- 

**2** Convocarlos asertivamente
- 

**3** Reunirlos en un espacio físico
- 

**4** mapear las diferentes problemáticas, necesidades y percepciones del territorio.

### ¿Por qué hacer una visualización de cartografía de datos participativa en una campaña política?

Porque:

- 1** Se toman decisiones desde la intuición política sin escuchar a la comunidad ni entender sus problemáticas a profundidad.
- 2** Se involucra muy poco a la ciudadanía frente al ejercicio de lo público, lo que impide que haya confianza en la política y en las políticas de gobierno.
- 3** Visualizando se permite sistematizar y geo-referenciar necesidades, problemáticas y demandas ciudadanas a sus gobernantes.
- 4** Visualizar las percepciones de la ciudadanía y geo-referenciarlas, en contraste con cifras y datos, permite tener mayor y mejor información para tomar decisiones más acertadas.
- 5** Es un ejercicio de política abierta, es decir, una política transparente, participativa y colaborativa.

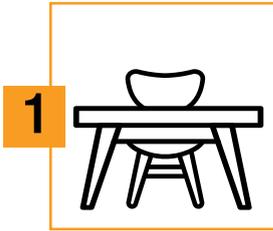


**CONOCE TU TERRITORIO**  
DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

**ETAPA 1**

**PREPARACIÓN DEL DIAGNÓSTICO  
PARA TU CAMPAÑA**

### ¿Qué necesitas para hacer el diagnóstico?



Prepara un espacio adecuado de trabajo (tener sillas, mesas, materiales, entre otros).



Haz una buena convocatoria con tiempo suficiente para confirmar a los invitados.



Coordina la logística del evento (invitación, confirmación, alimentación, hospedaje – si es necesario-, espacio del evento y transporte).



Establece objetivos y orden del día para la jornada.

### Perfil de un buen facilitador

- + Confiar en la gente y sus capacidades.
- + Crear una atmósfera de confianza.
- + Tener paciencia y capacidad de escucha.
- + Estar consciente de los límites propios y siempre dispuesto a aprender del proceso.
- + Tener confianza en sí mismo, sin arrogancia.
- + Respetar las diferentes opiniones y no imponer las propias.
- + Ser creativo.
- + Ser flexible, adaptar los métodos a la situación y no seguir programas rígidos.
- + Ser sensible al estado de ánimo y a la especificidad de los participantes.
- + Tener capacidad de síntesis y análisis.

### Materiales

Para este taller solo necesitarás los siguientes materiales:

1

Mapas impresos de:

- + Municipios, para aspirantes a Juntas Administradoras Locales (JAL)<sup>2</sup>, Concejos y Alcaldías.
- + Departamentos, para aspirantes a Asambleas Departamentales, y Gobernaciones.

click aquí → <https://geoportal.igac.gov.co/es/contenido/consulta-catastral>

2

Hilos o lanas de colores.

3

Puntos autoadhesivos de colores.

4

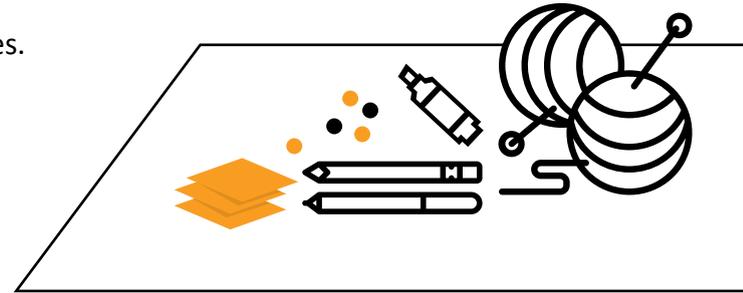
Post-its de diferentes colores.

5

Colores y marcadores.

6

Espacio cómodo de trabajo.



---

2. Datos X Votos tiene información de territorios priorizados en los que no se encuentran Juntas Administradoras Locales; sin embargo, la metodología puede funcionar también para aspirantes a Juntas Administradoras Locales.

### ¿Qué es una agenda programática?

Son apuestas y lineamientos de política pública que, según determinadas problemáticas, intereses y necesidades, construyen diferentes actores sociales y políticos como:

- + Organizaciones de la sociedad civil
- + Grupos de interés
- + Sectores sociales diversos (mujeres, indígenas, negros, afros, roms- en sus distintas etapas vitales)
- + Sindicatos
- + Lideresas y líderes de opinión
- + Gobernantes y/o políticos.

Por ende, es vital poder mapear, entender y visualizar en dónde están localizados, para identificarlos y problematizarlos.



# CONOCE TU TERRITORIO

DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

## ETAPA 2

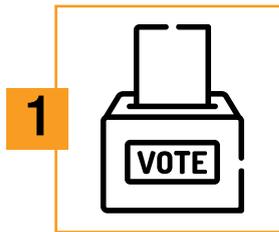
# DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

### ¿Qué es un objetivo?

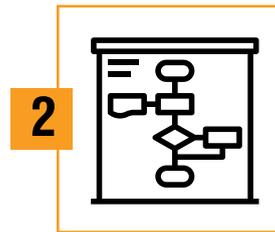
Es el propósito que se quiere alcanzar y la razón o motivo por la cual actuamos. En este caso, exponer porque se está actuando e invitando a participar colectivamente.

### ¿Cual es el propósito de este diagnóstico participativo?

Definición del objetivo del diagnóstico: se expone a los participantes el objetivo de producir un diagnóstico visual, informado y geo-referenciado que deje produzca insumos estratégicos para:



El ejercicio electoral-programático



Para el ejercicio de gobierno y planes de desarrollo.

Es decir, se les explica muy claramente la información que cada participante otorgue será usada para construir estrategias de campaña electoral y para construir soluciones en planes de gobierno y de desarrollo.



**CONOCE TU TERRITORIO**  
DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

**ETAPA 3**

**DIBUJA EL MAPA DE TU  
TERRITORIO**

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

Para poder conocer tu territorio pídele a los presentes que dibujen, por grupos de máximo diez personas, un mapa del distrito, municipio o departamento donde se proyecta la campaña electoral. Si te quieres inspirar, copiar, calcar o imprimir tu mapa puedes revisar mapas en

click aquí →

<https://geoportal.igac.gov.co/es/contenido/mapas-nacionales>



ejemplo: Ibagué



**CONOCE TU TERRITORIO**  
DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

**ETAPA 4**

**IDENTIFICA COLECTIVAMENTE  
LAS SIGUIENTES  
CARACTERÍSTICAS DE  
TU TERRITORIO:**

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

### PASO #1

## Características demográficas y electorales

- + Clasifica la población de la siguiente manera:  
Demográficamente (etnia, estrato, género, edad, nivel de educación, profesión y oficio). Pon porcentajes finales encima de los símbolos al interior del mapa.



Etnia

Estrato

Género

Discapacidad

- + Electoralmente (mesas y puestos de votación) Ver **“Datos X Votos”**.



Mesas de votación

DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	PUESTO DE VOTACIÓN	ZONA	VOTOS TOTALES ANTERIOR ELECCIÓN
AMAZONAS - 60	LETICIA (OO1)	INEM	01	185

- + Teniendo esos parámetros claros, podrás hacer una visualización de datos utilizando el lienzo, la información y los soportes metodológicos que se encuentran en la página **“Datos X Votos”**.



click aquí →

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

- + Para identificar cuánta gente vota en tu municipio, distrito o departamento puedes ingresar a la página de la Registraduría donde están los resultados de las últimas elecciones a autoridades locales correspondientes al año por municipio

click aquí → [https://elecciones.registraduria.gov.co/esc\\_elec\\_2015/](https://elecciones.registraduria.gov.co/esc_elec_2015/)

incluso resultados mesa a mesa

click aquí → [https://elecciones.registraduria.gov.co/e14\\_elec\\_2015/](https://elecciones.registraduria.gov.co/e14_elec_2015/)

- + Pedir el censo electoral en la Registraduría Civil de tu territorio; o ingresar a la página Datos X Votos y revisar si existe la información de tu municipio.
- + Finalmente, es esencial clasificar el histórico de votaciones de tu municipio de acuerdo con los parámetros demográficos de tu territorio. Es decir, analizar de manera conjunta quién (etnia, edad, género, etc) y donde votó (puesto y mesa de votación).

# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

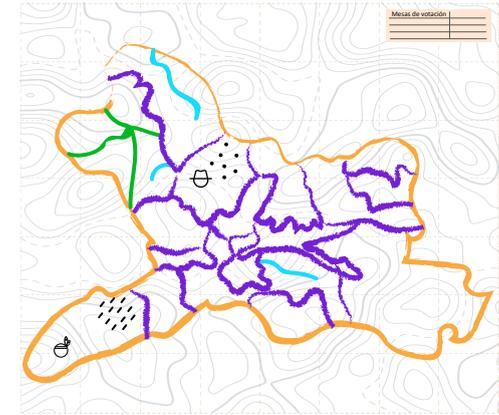
### PASO #2

## División político administrativa del territorio

- + Utiliza colores, hilo, lana, o cualquier material que te sirva para distinguir en el mapa las áreas densamente pobladas, de aquellas donde la población es dispersa.
- + Para el caso de departamentos, es necesario que dividas por subregiones, y después dividir por municipios.
- + Para el caso de municipios, debes dividir por localidades (en el caso de Distritos Especiales), comunas y/o barrios.
- + En este punto, si puedes, incorpora parques, vegetación, cuencas hidrográficas (ríos, lagos, páramos, etc.), accidentes geográficos y topográficos.
- + Realiza el mismo ejercicio para diferenciar población rural y urbana de tu territorio. Puedes explorar los datos del DANE en temas sociodemográficos en
 

click aquí →

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>
- + Por último, identifique espacios públicos, calles importantes, escenarios culturales y/o parques amplios, donde puedan haber reuniones de 100 personas o más para realizar eventos públicos de campaña o recorridos en el territorio.



### PASO #3

## Identifica las principales fuerzas económicas:

- + Identifica las industrias.



Industria

- + Identifica los principales sectores económicos en el mapa:



Turismo



Ganadería



Agrícola



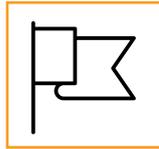
Comercio

- + Identifica la relación de estos sectores con ciertos gobernantes, partidos y actores políticos del territorio.

### PASO #4

#### Mapa de control político:

- + Identifica resultados de las votaciones pasadas e identifica gráficamente cuáles son los principales partidos y fuerzas electorales.



Partidos

- + Identifica 'caciques o cacicas' electorales, grupos familiares, castas políticas que tienen control de liderazgos locales y en que zonas ejercen su poder político.



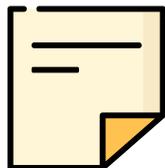
Actores

- + Utiliza todos los materiales para visualizar en el mapa el control político ejercido por los actores identificados anteriormente.

### PASO #5

#### Relación política y económica:

- + Realiza un análisis entre las fuerzas económicas (paso 3) y los actores identificados en el mapa de control político (paso 4).
- + En este análisis puedes identificar cuáles son las problemáticas derivadas de la relación entre las fuerzas políticas y económicas; así como algunos puntos esenciales que debas tener en cuenta durante la campaña electoral.



- Por ejemplo, tal empresa siempre apoya a tal grupo o casa política en el municipio, la región o en el departamento.
- Por ejemplo, A tal sector económico, no le hacen controles sociales, políticos o fiscales por ser cercanos a ciertos sectores del poder.
- Por ejemplo, O los dueños de tal y tal empresas apoyan a x grupo político o son el mismo grupo político.
- Por ejemplo, El político Pepito Perez, tiene relación con sectores informales de la ciudad por lo que promueve y apoya a dichos sectores.

## PASO #6

### Identifica las principales problemáticas del territorio:

+ En este paso, responderás a la pregunta:

**¿Cuáles son las problemáticas de mi territorio?**

+ Haciendo uso de los datos principales que tengamos a nuestra disposición en temas como, por ejemplo, transporte, medio ambiente, salud, educación, trabajo, violencias múltiples (cómo las de género) vamos a hacer un análisis y visualización de datos con enfoque interseccional.



Educación



Transporte



Salud



Economía



Violencias

- + Utiliza puntos autoadhesivos, colores, marcadores, y demás materiales para graficar y visualizar las principales problemáticas.
- + Revisa y valida también con los participantes locales las percepciones que tienen frente a las problemáticas principales del municipio y dónde están geolocalizadas.
- + Identifica en que lugares existen falencias en la prestación de servicios públicos y su infraestructura.



# CONOCE TU TERRITORIO

## DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

- + Identifica escuelas, colegios, espacios de recreación, hospitales, clínicas.
- + Señala, si los hay, los actores armados ilegales, las mafias, los grupos de control territorial, los cultivos ilícitos, las zonas de riesgo y alta vulnerabilidad.
- + Es esencial diferencias en como viven los hombres y las mujeres estas problemáticas, debido a que tendrán maneras distintas de ser abordadas.

Tómale fotos al mapa, pégalo en la sede de campaña y tenlo siempre de forma visible. Es importante que tu y tu equipo de campaña pueda utilizar y conocer las problemáticas más importantes del territorio.

### Los datos geo-referenciados sirven para qué :

- 1** El equipo de comunicaciones de la campaña pueda identificar audiencias: aliadas activas, aliadas pasivas, oponentes activos y oponentes pasivos.
- 2** Se puedan priorizar temáticas y agendas en reuniones de diálogo, co-creación de forma abierta.
- 3** Se pueda tejer un plan de riesgos o de crisis dadas las problemáticas expuestas y ver como mitigar esos riesgos, estratégicamente.
- 4** El equipo programático pueda utilizar las problemáticas identificadas en el diagnóstico colectivo y pasar a la co-construcción de propuestas de campaña y gobierno, posteriormente.

**(VER LA METODOLOGÍA DE CO-CONSTRUCCIÓN  
COLECTIVA PARA PLANES DE GOBIERNO Y  
DESARROLLO.)**

Esperamos que hayas disfrutado la metodología. Si quieres más herramientas sigue en la plataforma y descarga los lienzos, los videos y las guias para tus campañas electorales.

A vertical black bar on the left side of the page features a white topographic map pattern with various contour lines and shapes.

# CONOCE TU TERRITORIO

DIAGNÓSTICO PARA CAMPAÑAS

Netherlands Institute for  
**Multiparty Democracy**

**EXTITUTO**  
POLÍTICA ABIERTA