

# PRESUPUESTO DE MI CAMPAÑA ELECTORAL

**NADA MÁS QUE ORGANIZACIÓN :)**

Aquí te hablaremos de la importancia de organizar el presupuesto de tu campaña electoral y te daremos valiosos consejos para que puedas elaborarlo de la mejor manera.



## Al final, ¿qué es un presupuesto?

El presupuesto es una planificación financiera de gastos e ingresos, a lo largo de un periodo determinado. Un buen presupuesto debe incorporar de manera más o menos detallada las categorías de gasto más relevantes, las cuales deberán reflejar la estrategia de la campaña.

anticipación para asegurar que entren a tiempo. Por otro lado, en la medida en la que tu campaña vaya avanzando, seguramente podrás acercarte con mayor seguridad a aquel donante indeciso.

No hay nada más frustrante que tener que cambiar los planes a la mitad de la campaña porque no priorizaste algún donante y de repente no tienes dinero en la cuenta ni para pagar el salario de tu jefa de campaña.

## Claves para la elaboración de un presupuesto

### - Se desprende de una estrategia

No hagas un presupuesto sin antes haber diseñado una estrategia. ¿Por qué? Porque el presupuesto debe ser el reflejo de una estrategia. Si vas a gastar mucho en eventos es porque la estrategia de tu campaña consiste en hacer eventos. Si bien hay categorías de gasto comunes, no hay un modelo con proporciones mágicas de gasto que sirva para todas las campañas.

### - Desglosa categorías de gasto

En la medida de lo posible, desglosa las categorías de gasto. Es decir, no coloques únicamente grandes bloques de “comunicaciones”, “propaganda” o “despliegue territorial”. Haz un esfuerzo por pensar en gastos más específicos, como la cantidad de videos que vas a realizar y cuándo los tienes que pagar. O las distintas formas de propaganda y más o menos cuánto cuesta cada cosa y cuánto vas a gastar en ella. Por ejemplo: 10.000 volantes, 2.000 chapitas y 50 banderas. Si después decides que, en vez de chapitas, vas a hacer otra cosa, está todo bien, pero ya estás trabajando sobre un plan y no solamente con una gran bolsa de recurso que podría ser casi cualquier cosa.

### - Hay cronograma de entradas y desembolsos

No nos sirve tener cantidades totales de gasto. Es necesario saber cuánto voy a gastar y si será a la primera semana, a la segunda, etc. Esto porque difícilmente empezará tu campaña con todo el dinero que vas a necesitar para toda tu campaña. Por lo tanto, es importante que sepas cuánto dinero necesitas en cada momento de tu campaña.

¡Pero tampoco te vayas al otro extremo! Por ejemplo, en la categoría “material de oficina” no necesitas presupuestar cada bolígrafo y cada libreta por separado, basta con hacer un estimado.

Por ejemplo, si quieres tener un comité de campaña desde el primer día, seguramente deberás pagar la renta por adelantado y debes contemplar que ese dinero deberá estar en tu cuenta. Por otro lado, no es necesario (ni recomendable) que imprimas todos los materiales de tu campaña desde el primer día, entonces puedes armar un plan de impresiones y pagos con tu proveedor.

### - Planifica ingresos y no solamente gastos

Ya sé que lo mencioné arriba, pero quiero reiterar. Uno de los principales errores de un presupuesto es que únicamente contempla gastos, pero no se relaciona con un plan de ingresos. Necesitas saber de dónde va a salir el dinero que necesitas (partido, grandes donantes, donantes menores, eventos, etc.) y saber para cuándo está prevista la entrada de ese dinero. De esta forma, el equipo de captación puede priorizar de manera adecuada a las diferentes donantes. Por ejemplo, si para el inicio de la campaña necesito 10 millones de pesos, es lógico que ese dinero no lo voy a conseguir de pequeños donantes porque eso toma tiempo. Entonces, tal vez nos debemos concentrar en conseguir esa plata con el partido o con un par de donantes muy comprometidos.

Por el lado de los ingresos, es lo mismo. Si necesitas tener, desde el día uno de tu campaña, una cierta cantidad de dinero para realizar pagos urgentes, asegúrate de apalabrar esas donaciones con

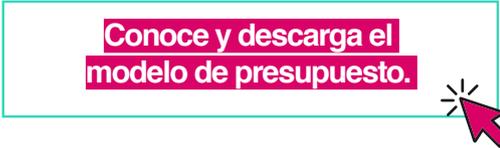
En la guía [Cómo elaborar un plan de captación de recursos](#) te vamos a mostrar con más detalle cómo organizar las distintas fuentes de financiamiento.

**- Es elaborado con tu equipo de trabajo**

Una vez que se haya definido y consensuado la estrategia general, es una buena práctica realizar de forma colectiva el presupuesto. Es decir, que la persona responsable por redes sociales pueda montar una propuesta de gastos para su área, que la persona responsable por despliegue territorial haga lo mismo y así con todas las áreas. Esto ayudará a que la jefatura de campaña tenga un mapa de las necesidades puntuales de las áreas. Además, si se revisan las necesidades en conjunto con el equipo, seguramente saldrán ideas para ahorrar o eficientar. Por ejemplo, tal vez el área de comunicaciones está presupuestando un drone, y

alguien en el equipo conoce a alguien que tenga uno y lo pueda prestar.

Ojo: es importante moderar expectativas, pues una vez recibidas las propuestas de gasto de todas las áreas, con toda seguridad habrá que hacer recortes y priorizaciones.



## Bonus: ¿Cómo priorizar los gastos de tu campaña? Presupuesto pesimista, realista y optimista

Después de enumerar todo, ¡debes establecer prioridades! Es fundamental que tengas una idea de lo que es un escenario pesimista, de una campaña bien Básica; un escenario realista o Ideal; y uno optimista, para una campaña Maravilla.

### CAMPAÑA BÁSICA

Este escenario corresponde a la suma de cuánto cuesta todo lo esencial para tu campaña. Son los recursos mínimos que necesitas para que tu campaña funcione.

### CAMPAÑA IDEAL

Ya contiene la suma de lo esencial y algunos elementos más que sería “bueno tener”. Estos son aquellos que considerarías que “marcarían la diferencia, pero no son indispensables”.

### CAMPAÑA MARAVILLA

Este es el escenario es el de los sueños. Contiene todos los elementos esenciales, los que “sería bueno tener” y otros recursos adicionales en los que te gustaría invertir. ¡Pero cuidado, no malgastes dinero! Aún en este escenario, sigue pensando en cuáles gastos son más importantes.

## BIO.



*Im.pulsa: Es una plataforma en línea, abierta y gratuita para conectar, capacitar e inspirar a las mujeres en la política en América Latina, ayudándolas a superar desafíos y a producir campañas políticas vencedoras. Ofrece formación política para mujeres a través de productos prácticos con un lenguaje accesible y afectivo, hecho por y para mujeres.*