

Los call centers electorales

Sheyla Dallmeier

Buenos días, le hablamos de la sede de campaña del candidato a alcalde... Este tipo de llamadas son cada vez más comunes en nuestros países, sobre todo en tiempos de campaña. La tecnología se ha apoderado de la forma de hacer las contiendas electorales, sin importar el tamaño de la elección. Desde campañas locales hasta presidenciales hacen uso de herramientas como la web, redes sociales y por supuesto de los *call center* con el fin de acercarse al elector.

Ahora bien, ¿qué tan útiles son realmente los *call center*? La respuesta es relativa. Todas las herramientas que tengan como objetivo acercarnos al elector, sin duda alguna, serán útiles en campaña electoral, sin embargo, estas herramientas llegan a tener una importancia vital, cuando se utilizan estratégicamente, o sea, cuando se utilizan **con bases de datos** que se hayan construido a través del trabajo político del equipo, y no sobre bases de datos genéricas adquiridas por otros medios.

La palabra "base de datos" resulta para los candidatos como oro puro; es muy común escuchar en las sedes de campaña que fulano o mengano consiguió la base de datos de las personas que les gusta el fútbol o de pensionados de una organización, con la cual se pretende enviar mensajes o hacer llamadas masivas e invasivas. Sin embargo, si nuestra estrategia de comunicación se va a basar en enviar mensajes genéricos a cualquier lista de contactos que encontremos, tal vez consigamos crecer en nivel de conocimiento,

pero no necesariamente en votos ni percepción positiva. Por el contrario, si comenzamos indiscriminadamente a enviar mensajes y publicidad electoral a bases de datos que no son propias (producto del trabajo político), podríamos crear el efecto contrario, o sea, rechazo a nuestra campaña por invasivos.

Las bases de datos serán más útiles y eficaces en campaña electoral, en la medida que sean construidas mediante el trabajo político propio y no que sean bases adquiridas por fuera de la campaña. Y el trabajo de los *call center*, será más efectivo si se realiza con información generada por nosotros y no a través de bases de datos genéricas.

Lo primero que recomendamos al iniciar una consultoría electoral, es la contratación de un servicio de *call center*, que sirva de soporte, seguimiento y como mecanismo de auditoría de la organización territorial de la campaña. Para nosotros resulta de gran utilidad la utilización de esta herramienta en el desarrollo de la campaña.

Los call center como mecanismo de auditoría en la organización territorial de una campaña electoral

El objetivo principal de cualquier campaña política es la consecución de votos, bien sea para ganar la elección o para comenzar a posicionarse en un escenario en particular. Cualquiera sea el fin último de la campaña, contar con una organización territorial real, organizada y planeada, ayudará sustancialmente a lograr el éxito del objetivo planteado.

Sheyla Dallmeier es politóloga, directora ejecutiva de AD Consultores, especialista en movilización electoral.

Nuestro modelo de campaña electoral se basa justamente en la organización terrestre de la campaña a través de un **esquema de multinivel**. Se trata de organizar a nuestros seguidores y simpatizantes en núcleos de electores que luego movilizaremos el día de la elección. Este modelo requiere de un trabajo arduo y largo, que generalmente se comienza unos 10 o 12 meses antes de la elección, para que se puedan obtener resultados óptimos.

Se comienza con una organización inicial, la cual debe necesariamente crecer exponencialmente en la medida que avanza la campaña. El crecimiento se tiene que ver reflejado en la creación y alimentación de una base de datos, producto del trabajo político del candidato y del equipo terrestre, esta base de datos será el insumo principal de trabajo del *call center* que se contrate o genere en la campaña electoral.

A lo largo de toda la campaña electoral (pre y campaña formal), se establecen varias auditorías de las bases de datos que se están creando, con el fin de generar una base final que contenga solo aquellos electores que se hayan mantenido firmes en su intención de apoyar a nuestra opción electoral. Es en esta tarea donde los *call center* toman una relevancia suprema en las campañas modernas, pues es a través de ellos es que se generan dichas auditorías.

Para tal fin, los operadores del *call center* deben estar entrenados y preparados para calificar la información que estamos auditando. A medida que la campaña avanza, la auditoría a través de llamadas se intensifica y los *call center* toman mayor importancia en la consolidación y fidelización de los votos.

Adicionalmente a las auditorías, a través de estos servicios de llamadas, se pueden realizar invitaciones personalizadas a eventos específicos, así como enviar mensajes puntuales del candidato a grupos especiales de la campaña. Esta tecnología permite personalizar la campaña, acercando al candidato al elector y generando más

simpatía y compromiso en el electorado, respondiendo así a la tendencia actual de microsegmentar audiencias.

Existen varias modalidades de llamadas a través de los *call center*, por ejemplo, se ha tornado muy de moda el enviar mensajes pre grabados del candidato con temas puntuales de campaña. Esta modalidad será efectiva en la medida que la base de datos sea generada por la campaña y no comprada, ya que se reforzaría el compromiso de los electores a través de la recepción de mensajes que respondan a sus intereses. Si estos mensajes son enviados al azar, a bases de datos genéricas, puede ser que se "pesque" algún voto, pero también puede ser que genere antipatía o indignación en el elector, al preguntarse por qué tienen sus datos

Nuevamente insistimos en la estricta necesidad de que la mayoría de las llamadas que se realicen a través de los *call center*, se hagan a personas que ya hayan mostrado algún interés en la campaña, ya que estas herramientas las utilizamos -de acuerdo a nuestro modelo de campaña- para reforzar compromisos y no para generarlos.

En virtud de que para nosotros los *call center* son una herramienta de seguimiento, nos gusta más la modalidad de llamadas reales y no a través de mensajes pre grabados, ya que si las llamadas las hacen los operadores, tenemos la enorme ventaja de conocer y evaluar las reacciones de los electores ante los mensajes que se les están dando, y esto nos permite a su vez reforzar y consolidar mejor nuestros votos.

Finalmente, el rol más importante de los *call center* en campañas electorales, se da el mismo día de la elección, pues a través de estos se hace el monitoreo de nuestra votación en tiempo real de nuestros electores fidelizados, y así podemos generar acciones a tiempo para que nuestra movilización electoral sea efectiva.