

PROYECTO  
CAMPAÑA NACIONAL  
POR  
ELECCIONES LIBRES

P R O Y E C T O

CAMPAÑA NACIONAL POR ELECCIONES LIBRES

País: Chile  
Zona Geográfica: todo el territorio nacional  
Ejecutante: Comité Ejecutivo Nacional de  
Campaña por elecciones libres  
Beneficiario: 6,5 millones de ciudadanos electores  
Patrocinante: Convocatoria a elecciones libres,  
Alianza Democrática, Comités Partidos de Izquierda por elecciones  
libres.  
Período de ejecución: 10 meses  
Monto total del proyecto:

I.- Objetivo: Movilizar a todo el país para obtener la realización de elecciones libres y limpias, en el marco de la "Convocatoria a una tarea nacional" formulada por el Consejo de dicha convocatoria, constituido por catorce personalidades de la vida pública chilena (Ver Anexo: Convocatoria).

Ello significa que:

1) En el curso de 1987-88 deberá acordarse con las Fuerzas Armadas una modificación a la Constitución de 1980, en tres aspectos fundamentales: a) que la elección de Presidente de la República en 1989, sea una elección competitiva; b) que el Congreso Nacional sea elegido, en su totalidad, por votación directa de los ciudadanos y tenga facultades constituyentes; y, c) que los Alcaldes y Regidores o autoridades comunales, sean también elegidas en votación directa por los ciu-

dadanos de cada comuna.

2) que las elecciones sean libres y limpias, esto es:

a) oportunidad y libertad de elegir entre dos o más candidatos que representen distintos proyectos políticos y económico-sociales;

b) que no haya estados de excepción, limitaciones, presiones o temores que impidan la libre expresión de la voluntad ciudadana;

c) que exista información oportuna, veraz, completa y pluralista sobre las alternativas y candidatos, respecto de las cuales se pronunciará el electorado;

d) que todos los que postulan a un cargo de elección tengan libre e igualitario acceso a los medios de comunicación, en especial a la Televisión; y

e) que durante todo el proceso electoral - desde la inscripción hasta el escrutinio final - puede ejercerse control por todos los partidos políticos y/o candidatos que participan en él.

3) que la inscripción en los registros electorales de 6,5 millones de ciudadanos es la gran fuerza cívica para obtener los objetivos de modificación constitucional y realización de elecciones libres y limpias en 1989.

I.1.- Esta campaña se realizará fundamentalmente a través de formas de movilización política y social, que excluyan todo tipo de acciones de agitación, en las cuales puedan insertarse acciones de violencia de cualquier tipo.

Es principalmente una campaña de educación y acción cívica, dirigida a todos los chilenos, sin exclusiones, en que se privilegian los conceptos de soberanía popular y sufragio universal como derechos fundamentales de los ciudadanos chilenos.

Esta campaña aspira al respaldo y concertación con todas las fuerzas políticas que quieran adherirse a ella, pero su contenido supera las divisiones partidistas.

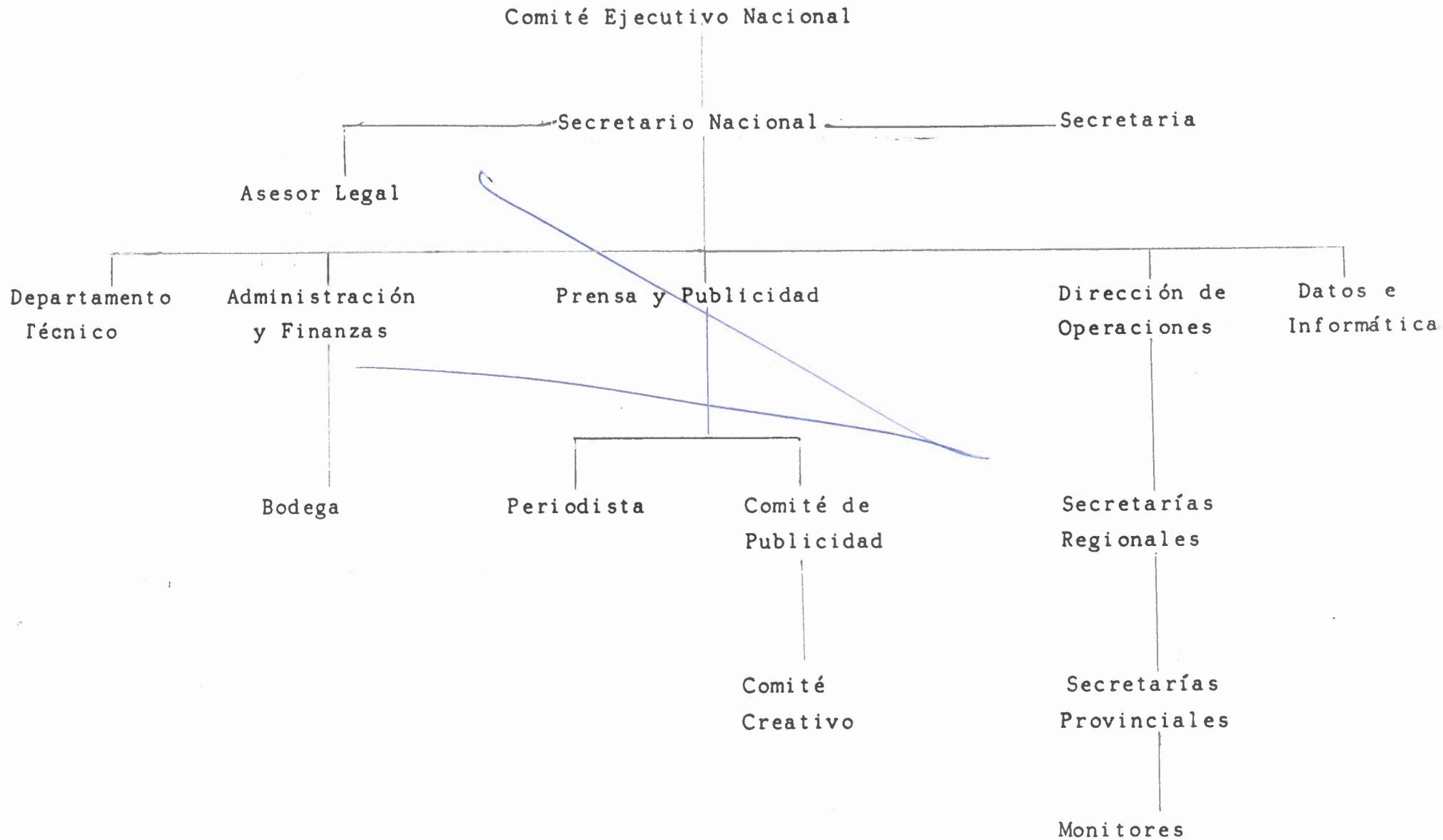
Los partidos políticos y las organizaciones sociales y gremiales se movilizarán tras los objetivos de esta campaña, promoviendo las reformas constitucionales, las elecciones libres y las inscripciones electorales, coordinadamente con las acciones y contenidos que fije el Comité Ejecutivo, y participando en la organización territorial y funcional que se implemente.

1.2.- Esta campaña coordinará todas las acciones movilizadoras del Consejo de la Convocatoria, del Comité de la Alianza Democrática por elecciones libres y del Comité de Partidos de Izquierda por elecciones libres (CIEL) que se integrarán al Comité Ejecutivo Nacional.

1.3.- El proyecto que a continuación se contiene propone todos los aspectos en que debe desarrollarse la Campaña y el financiamiento con que debe contar cada uno de ellos. El presupuesto está en dólares americanos y supone diez meses de ejecución.

II.- Organización y Operación

II.1 Organigrama



De esta Dirección dependen los Sectores Regionales, Provinciales y Monitores.

Presupuesto Dirección de operaciones

- Director	(1)	1.000 x mes x 10	10.000
- Secretaria	(1)	200 x mes x 10	2.000
- Junior	(1)	130 x mes x 10	1.300
- Pasajes y viáticos (1 viaje al mes a las Regiones)			3.000
- Movilización local		400 x mes x 10	4.000
			<hr/>
			20.300

II.4.-Secretaria Regional (12 Regiones)

- Funcionan en la capital de cada Región, excepto Santiago.
- Desempeñan en la Provincia en que funcionan las labores de Secretario Provincial.
- Tienen a su cargo a los Secretarios o Coordinadores Provinciales.
- Ejecutan en la Región todas las acciones dispuestas por el Comité Ejecutivo Nacional, conforme al programa de Trabajo elaborado en conjunto con la Secretaría Regional.
- Coordinan las iniciativas que surjan a nivel regional. Dirigen o Asesoran al Comité Regional que puede surgir con integración de sectores políticos y sociales.
- Son responsables de los actos públicos a desarrollarse en la capital de la Región.
- Preparan los locales y materiales para los cursos de

Monitores que se desarrollarán en la capital de la Región.

- Administran los recursos asignados a la Región y rinden cuenta a la Gerencia de Administración y Finanzas.

Presupuesto Secretaría Regional

Secretario Regional	(1)	1.000 x mes x 10	10.000
Secretaria	(1)	150 x mes x 10	1.500
Junior	(1)	100 x mes x 10	1.000
Arriendo y consumos		400 x mes x 10	4.000
Equipamiento			1.500
Papelería y útiles		100 x mes x 10	1.000
Movilización		300 x mes x 10	3.000
			<hr/>
			22.000
Resumen:	12 Secretarios Regionales	x 22.000	264.000

II.5.-Secretario Provincial

I	Región	1	(Arica)
II	Región	2	(Tocopilla-Calama)
III	Región	2	(Chañaral-Vallenar)
IV	Región	3	(Coquimbo-Ovalle-Illapel)
V	Región	6	(La Ligua-San Felipe- Quillota-Los Andes-Viña del Mar- San Antonio)
	Metropolitana	6	(Colina-Puente Alto-Melipi- lla-Ialagante-San Bernardo- Santiago)

VI Región	1	(San Fernando)
VII Región	3	(Curicó-Cauquenes-Linares)
VIII Región	4	(Chillán-Talcahuano-Lebu- Los Angeles)
IX Región	1	(Angol)
X	4	(Valdivia-Osorno-Castro- Chaitén)

33

- Son los Jefes de la Campaña a nivel Provincial y tienen la tuición sobre los Monitores.
- Ejecutan en la Provincia, a través de los Monitores, el Programa de Trabajo elaborado por el Comité Nacional, en conjunto con la Secretaría Regional.
- Reciben y distribuyen a los Monitores el material impreso y audiovisual que reciben de la Secretaría Nacional.
- Designan las personas que participan en Foros o en charlas en las Comunas o Poblaciones de la Provincia.
- Instruyen y dirigen a los Monitores en todas las tareas que les asigna la Campaña o el Comité Nacional.
- Preparan el sistema de Cómputo Rápido a nivel provincial el día de elección.

Presupuesto Secretaría Provincial

Secretario Provincial	(1)	800 x mes x 10	8.000
Secretaria	(1)	150 x mes x 10	1.500
Junior	(1)	100 x mes x 10	1.000

Arriendo y consumos	400 x mes x 10	4.000
Equipamiento		1.500
Papelería y útiles	100 x mes x 10	1.000
Movilización	300 x mes x 10	3.000
		<hr/>
		20.000

Resumen: 33 Secretarías Provinciales  
x 20.000 c/u, son: 660.000

II.6.-Monitores: Son los activistas de la Campaña a nivel provincial y comunal.

- Tienen un territorio que corresponde a una o más comunas o a una Población, en el caso de las ciudades con más población. La idea es tener un Monitor por cada 30.000 habitantes más o menos.
- Deben reclutar y registrar los voluntarios para los trabajos de la campaña.
- Reciben y distribuyen a los voluntarios el material impreso (folletos, cartillas, afiches, lienzos, volantes, autoadhesivos).
- Dirigen los cursos de formación cívica de voluntarios y de la preparación como apoderados de mesa.
- Organizan y dirigen los foros y charlas cívicas en locales facilitados por la comunidad (centros parroquiales, locales sindicales, colegios o liceos particulares, etc.)
- Dictan cursos para apoderados de mesa; designan y entrenan a los voluntarios que participarán como

tales en las elecciones.

- Preparan el sistema de Cómputo Rápido de votos en la Provincia o Comuna, entrenando a los voluntarios.
- Vigilan el recuento de votos a nivel comunal y provincial.
- Informan semanalmente al Secretario Provincial sobre el cumplimiento de las tareas y metas señaladas por la Secretaría Regional y/o el Comité Nacional y sobre inscripciones electorales, nóminas de voluntarios y adherentes a la Campaña.
- Entregan a los voluntarios los distintivos, de modo que sean identificados como miembros de la Campaña.

Distribución Territorial

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
1 <sup>a</sup> . Región	59.000	2,4	5 Arica 4 Iquique (Victoria y Pozo Almonte) 1 Putre-Belén-Codpa- Pisagua-Mamiña

		<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>	
2 <sup>a</sup> .	Región	126.000	3	7	Antofagasta (incl. Mejillones)
				3	Calama-Chuquicamata (incl. San Pedro y alrededores).
				1	Icopilla, María Elena, Pedro de Valdivia.
				1	Taltal
				<hr/>	
				12	
3 <sup>a</sup> .	Región	75.000	1,6	3	Cópiapó-Caldera
				2	Vallenar-Huasco
				2	Chañaral-Diego de Almagro-Potrerillos
				<hr/>	
				7	
4 <sup>a</sup> .	Región	40.700	3,7	4	Coquimbo-Andacollo
				5	Serena-Vicuña
				3	Ovalle-Punitaqui - Combarbalá
				1	Illapel-Los Vilos-Salamanca
				<hr/>	
				13	

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>		
5 <sup>a</sup> · Región	16.300	10,7	1	La Ligua, Petorca, Cabildo, Papudo, Zapallar
			1	Los Andes
			1	San Felipe-Llay- Llay
			2	Quillota-La Cruz
			3	Calera-Hijuelas- Nogales
			5	Quilpué-Villa Alemana
			1	Limache-Olmué
			1	Quintero-Puchuncavi
			1	Casablanca-Algarrobo- El Quisco
			3	San Antonio-Carta gena-Santo Domingo
			12	Viña del Mar
			12	Valparaíso
			<hr/>	
			43	
Metropolitana		37,5	1	Colina-Filfil- Lampa-Batuco
			1	Curacaví-María Pinto
			2	Melipilla-San Pedro- Alhue
			2	Talagante-El Monte

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
Metropolitana			2 Buin-Paine-Isla de Maipo
			2 Peñaflor
			5 San Bernardo
			5 Puente Alto-Pirque
			San José de Maipo
		130	Santiago, asignados por Comunas o Poblaciones más habitadas.
		150	
6 <sup>a</sup> Región	16.400	5	8 Rancagua
			2 Machali-Sewell
			1 San Francisco-Graneros-Codegua
			1 Doñihue-Olivar-Cunco-Coltauco
			1 San Vicente-Las Cabras-Peumo
			1 Malloa-Rengo-Requinoa-Quinta
			3 San Fernando
			1 Chimbarongo-Nancagua-Chepica

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
			1 Santa Cruz-Peralillo-Pichilemu
			1 La Estrella-Marchigüe-Pichidegua-Litueche-Navidad
			20
7 <sup>a</sup> Región	30.500	6,5	5 Curico-Romeral-Ieno
			1 Lontue-Molina
			1 Rauco-Hualañe-Curepto-Licanten-Vichuquen-Sagrada Familia
			6 Talca-San Clemente
			1 San Javier-Villa Alegre
			1 Constitución-Empedrado
			1 Cauquenes-Chanco
			4 Linares-Colbun
			1 Longavi-Retiro-Parral
			21

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
8 <sup>a</sup> Región	37.000	13,5	6 Chillán-Coihueco 1 San Carlos-Quirihue 1 San Nicolás-Ninhue- Portezuelo-Coelemu- Cobquecura 1 Pinto-San Ignacio El Carmen 2 Tomé 2 Penco 1 Bulnes-Quillon- Florida 14 Talcahuano 15 Concepción 2 Coronel 2 Lota 2 Arauco-Curanilahue 2 Lebu-Cañete-Los Alamos 1 Laja-San Rosendo- Hualqui 1 Nacimiento-Negrete 1 Cabrero-Yumbel- Yungay 2 Mulchen-Santa Bár- bara-Antuco 4 Los Angeles

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
9 <sup>a</sup> Región	32.000	6,3	2 Angol-Renaico 1 -Collipulli 1 Los Sauces-Puren Lumaco 1 Traiguén-Galvarino 1 Victoria 1 Curacautín-Lonquimay 1 Lautaro 7 Temuco 1 Carahue -Imperial-Pto. Saavedra 1 Freire-Pitrufquén 1 Gorbea-Loncoche 1 Vilcun-Cunco 1 Villarrica-Pucón
			20
10 <sup>a</sup> Región	68.000	7,7	1 Lanco-Mariquina Panguipulli 1 Los Lagos-Paillaco- Futrono-Ranco 4 Valdivia-Corral 1 La Unión 1 Río Bueno-San Pablo

	<u>Superficie</u> (Km <sup>2</sup> )	<u>% Población</u>	<u>N° Monitores y Territorio</u>
			3 Osorno-San Juan de la Costa
			1 Río Negro-
			1 Octay-Entrelagos
			1 Frutillar-Fresia-Llanquihue
			1 Puerto Varas
			4 Puerto Montt
			1 Calbuco-Maullin
			1 Ancud-Dalcahue
			1 Castro-Conchi-Quellon Chaitén Provincial)
			22
11 <sup>a</sup> Región	108.000	0,6	Coihaique (Provincial)
			1 Puerto Aysen
			1 Chile Chico-Cochrane
			2
12 <sup>a</sup> Región	130.000	1,5	1 Natales
			1 Porvenir
			5 Punta Arenas
			7

Total Monitores 387 (1 por cada 100 voluntarios en promedio).

Presupuesto

- honorarios, viáticos y movilización  
(promedio)  
300 x 387 x 10 meses 1.161.000

11.7.-Voluntarios

La Campaña tiene como uno de sus objetivos reclutar 35.000 voluntarios en todo el país, en proporción a la población electoral de cada Provincia y Comuna, que son los activistas de la campaña a nivel de los ciudadanos y organizaciones de base (1 por cada 200 electores, en promedio).

Sus tareas principales son:

- promover las inscripciones electorales en la forma y sectores que le señala el Monitor.
- Repartir al público los folletos, cartillas, afiches, volantes y autoadhesivos en las oportunidades, forma y territorio indicados por el Monitor.
- Realizar los cursos de formación cívica de los votantes.
- Prestar servicios por horas o media jornada en los locales provinciales y regionales de la Campaña;

- (Secretaria, comunicaciones, operador computacional)
- Colaborar en la organización, desarrollo y publicidad de los foros y charlas organizadas por la Secretaría Provincial.
  - Colaborar en la organización de las concentraciones públicas que se verifiquen durante la campaña.
  - Asistir a los cursos de preparación de apoderados de mesa y servir como tales en las elecciones.
  - Tomar parte en la operación Cómputo Rápido el día de elecciones.
  - Ayudar a los votantes el día de elección en las Secretarías y lugares de votación.
  - Colaborar en la campaña de vía pública, formando parte de los equipos de pegado de afiches y pintura de muros.
  - Movilizar a los adherentes a las concentraciones dispuestas a nivel provincial y regional.
  - Promover la organización de Comités por elecciones libres a nivel comunal y poblacional.
  - facilitar vehículos propios a las tareas de la campaña o usarlos en sus actividades.
  - proveer o distribuir alimentación a los apoderados de mesa el día de la elección.
  - Recolectar fondos en los actos de la Campaña para ayudar a su financiamiento.
  - facilitar medios de difusión para las actividades regionales o provinciales de la Campaña.
  - Tomar fotografías o videos de las actividades de la campaña.

### Presupuesto

El voluntariado es, como su nombre lo indica, no remunerado, pero debe proveerse un apoyo logístico a las acciones de los voluntarios.

Los costos de tal apoyo han sido considerados en el presupuesto de las tareas que debe abordar la Campaña.

### II.8.-Concentraciones públicas

a) Una forma de estimular la participación y la adhesión a la campaña y de demostrar la fuerza de sus partidarios, es la realización de concentraciones en las grandes ciudades.

Ello sin perjuicio de actos de masas que también pueden organizarse a nivel comunal (rallys).

Las concentraciones programadas son las siguientes:

Noviembre 87	Punta Arenas	120.000 habs.
Diciembre 87	Puerto Montt	300.000 habs
Enero 88	Temuco	400.000 habs.
Marzo 88	Concepción	800.000 habs.
Abril 88	Talca	250.000 habs.
Mayo 88	Arica	150.000 habs.
Junio 88	Iquique	120.000 habs.
Julio 88	La Serena	250.000 habs.

Agosto	88	Valparaíso	1.000.000 habs.
Septiembre	88	Antofagasta	300.000 habs.
Octubre	88	Santiago	4.500.000 habs.

Este calendario considera principalmente el factor climático por tratarse de actos al aire libre. Al ser cambiado se debe tener en cuenta ese factor.

Arica, Iquique y Punta Arenas se consideran aisladamente por su lejanía de otros centros poblados.

- b) Debe existir un Equipo de Concentraciones que será responsable en todas ellas de: escenografía, estrado, amplificación, medidas de seguridad, transmisión radial, libreto, actuación de artistas, locución.
- c) Los oradores y personalidades invitadas al estrado serán determinadas por el Secretario Regional y el Secretario Nacional.
- d) La publicidad previa al acto se contratará por el Secretario Regional, con consulta al Comité de Prensa y Propaganda. La difusión a nivel poblacional se efectuará por los voluntarios de acuerdo al plan instruído por los monitores.
- e) El personal de seguridad será reclutado entre los voluntarios.

f) Los elementos para la concentración serán contratados localmente, de acuerdo a las disposiciones del Equipo de Concentraciones.

g) La autorización para el Acto, de ser necesario y la relación con la Fuerza Pública, será responsabilidad del Secretario Regional.

Presupuesto

Arica

Pasajes Equipo (3)	900
Viáticos 20 x día x 5 días x 3	300
Infraestructura	5.000
Transmisión radial	1.500
	<hr/>
	7.700

Iquique

Pasajes equipo (3)	900
Viáticos 20 x día x 5 x 3	300
Infraestructura	5.000
Transmisión radial	1.500
	<hr/>
	7.700

Antofagasta

Pasajes equipo (3)	600
Viáticos 20 x día x 5 días x 3	300
Infraestructura	5.000
Movilización Calama	2.000
Transmisión radial (Antofagasta y Calama)	2.000
	<hr/>
	9.900

La Serena

Pasajes equipo (3)	300
Viáticos 20 x 5 x 3	300
Infraestructura	5.000
Movilización Comunas	1.500
Transmisión radial (Serena-Coquimbo-Ovalle)	3.000
	<hr/>
	10.100

Talca

Pasajes y viáticos equipo 30 x 5 x 3	450
Infraestructura	5.000
Movilización Curico y Linares	2.000
Transmisión radial (Curico-Linares-Talca)	3.000
	<hr/>
	10.450

Temuco

Pasajes y viáticos equipo 30 x 5 x 3	450
Infraestructura	5.000
Movilización Angol y Comunas	1.500
Transmisión radial	2.000
	<hr/>
	8.950

Puerto Montt

Pasajes equipo (3)	450
Viáticos 20 x 5 días x 3	300
Infraestructura	5.000
Movilización Valdivia-Osorno-Ancud	3.000
Transmisión radial	3.000
	<hr/>
	11.750

Punta Arenas

Pasajes equipo (3)	750
Viáticos 20 x 5 días x 3	300
Infraestructura	5.000
Transmisión radial	1.500
	<hr/>
	7.550

Concepción

Pasajes equipo (3)	300
Viáticos 20 x 5 días x 3	300
Infraestructura	10.000
Movilización Chillán-Los Angeles-Tomé-Arauco	5.000
Transmisión radial (cadena regional)	4.000
	<hr/>
	19.600

Valparaíso

Viático y pasajes equipo 25 x 5 días x 3	375
Infraestructura	10.000
Movilización	5.000
Transmisión radial	4.000
	<hr/>
	19.375

Santiago

Infraestructura	20.000
Movilización	10.000
Transmisión radial (nacional)	20.000
	<hr/>
	50.000

El presupuesto no incluye publicidad por los medios de comunicación, ni volantes, por estar considerados

en el presupuesto de publicidad.

Total: 163.075

### III.- Departamento Técnico

Está formado por siete profesionales, colaboradores de la Campaña, que son científicos políticos, abogados y sociólogos, encargados de redactar el material para las cartillas y folletos de instrucción cívica y divulgación; las proposiciones de modificación a las leyes electorales y los temas y esquemas de los cursos y charlas de educación cívica y de los foros cívicos.

Es también responsabilidad de este Comité proporcionar las nóminas de las personas que tendrán a su cargo la preparación de los Monitores en las distintas regiones del país.

Los cursos de preparación de Monitores serán efectuados en las Sedes Regionales durante dos semanas. Los cursos están destinados a capacitar a los Monitores en la formación de voluntarios y en todas aquellas materias que son responsabilidad de los Monitores según se expresa en el párrafo respectivo.

Los cursos serán dictados por las personas designadas por el Comité Técnico, de acuerdo con los Secretarios Regionales y serán profesionales expertos en materias constitucionales y leyes electorales, educación cívica,

conducción de foros, preparación de apoderados de mesa y organización de sistema de cómputos.

A cada Monitor se le entregará un set de materiales, incluido videocasette, que le permite, a su vez, instruir a los voluntarios.

El Comité Técnico es ad-honorem.

Cursos preparación Monitores

Presupuesto

1ª. Región

1 experto por 15 días	500
pasajes	300
viáticos 20 x día x 15 días	300
viáticos Monitores Arica	
6 x 20 x día x 15 días	1.800
pasajes 6 x 50	300
	<hr/>
	3.200

2ª. Región

1 experto por 15 días	500
pasajes	200
viáticos 20 x día x 15 días	300

viáticos Monitores Calama, Tocopilla  
y Taltal

5 x 20 x 15 días 1.500  
pasajes 5 x 50 250

---

2.750

3<sup>a</sup> Región

1 experto x 15 días 500  
pasajes 150  
viáticos 20 x día x 15 días 300  
movilización y colación Monitores  
Chañaral-Vallenar 4 x 4 x día x 15 240

---

1.190

4<sup>a</sup> Región

1 experto x 15 días 500  
pasajes 100  
viáticos 20 x día x 15 días 300  
Movilización y colación Monitores 8 x 4 x 15 480

---

1.380

5<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
viáticos 20 x 15 días	300
Movilización y colación Monitores 31 x 4 x día x 15	1.860
	<hr/>
	2.660

6<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y colación Monitores 12 x 4 x 15	720
	<hr/>
	1.520

7<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y colación Monitores 15 x 4 x 15	900
	<hr/>
	1.700

8<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
pasajes	100
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y colación Monitores 44 x 4 x 15	2.640
	<hr/>
	3.540

9<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
pasajes	100
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y colación Monitores 13 x 4 x 15	780
	<hr/>
	1.680

10<sup>a</sup>. Región

1 experto x 15 días	500
pasajes	130
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y colación Monitores 18 x 4 x 15	1.080
	<hr/>
	2.010

11<sup>a</sup>. Región

---

1 experto x 15 días	500
pasajes	200
viáticos 20 x 15 días	300
movilización y viáticos monitor Puerto Aysen 20 x 15 días	300
	<hr/>
	1.300

12<sup>a</sup>. Región

---

1 experto x 15 días	500
pasajes	250
viáticos 20 x 15 días	300
Movilización y viáticos Monitores Natales y Porvenir 2 x 20 x 15 días	600
	<hr/>
	1.650

(En las Regiones 1<sup>a</sup>., 2<sup>a</sup>., 11<sup>a</sup>. y 12<sup>a</sup>. puede considerarse la contratación de expertos en las respectivas capitales Provinciales).

Total: 26.580

Materiales:

- Producción video: 2.500
- Set materiales c/u = 43 x 390 = 16.770

Total cursos monitores: 45.850

IV.- Administración y Finanzas

Es la Gerencia encargada de todo lo relativo a la administración y financiamiento de la campaña.

Le corresponde en consecuencia.

- Manejar los recursos del proyecto, de acuerdo a las decisiones del Comité Ejecutivo Nacional y del Secretario Nacional.
- contratar los locales de la campaña y proporcionar los fondos a los Secretarios Regionales y Provinciales para el pago de arriendo, consumos, papelería y útiles.
- contratar a los Secretarios Regionales, Provinciales y Monitores y proporcionar los fondos para el pago de remuneraciones, viáticos y movilización.
- contratar el personal de la Secretaría Nacional; de los Secretarios Regionales, en este último caso a propuesta de ellos; y entregar los fondos para el pago de remuneraciones, colación y movilización.
- Adquirir el equipamiento de la Secretaría Nacional

y de las Secretarías Regionales.

- contratar y pagar la impresión de cartillas, folletos, afiches, lienzos, volantes, autoadhesivos y demás material impreso.
- contratar y pagar la publicidad en los medios de comunicación, de acuerdo a la pauta aprobada por el Comité Ejecutivo Nacional, la Secretaría Nacional y el Comité de Publicidad.
- contratar y pagar los vehículos para la movilización de la Secretaría Nacional y de las Secretarías Regionales y Provinciales.
- proporcionar los fondos para pasajes y viáticos de las personas que deban trasladarse a o desde las Regiones o Provincias a Santiago y viceversa.
- llevar la contabilidad de la campaña.
- estructurar el mecanismo de control en el uso de los fondos a nivel Nacional, Regional y Provincial.

Presupuesto

Gerente Administración y Finanzas	(1) 1.000 x 10	10.000
Secretaria	(1) 200 x 10	2.500
Junior	(1) 130 x 10	1.300
Contador	(1) 800 x 10	8.000
Administrativo contable	(1) 300 x 10	3.000
pasajes y viáticos (control contable regiones)		3.000
Total		<hr/> 27.800

V.- Departamento Prensa y Publicidad

Esta compuesto por un periodista encargado de la difusión de la Campaña y de relacionarse con los medios de comunicación y por un Comité de Publicidad de 3 miembros que resuelve sobre la estrategia de medios propuesta por la Agencia de Publicidad y sobre los contenidos de los mensajes publicitarios.

Dentro de este Departamento existe un Comité Creativo de 5 miembros que propone las ideas publicitarias a ser desarrolladas en las distintas formas de propaganda y evalúa la campaña publicitaria.

Presupuesto:

Periodista	(1)	
- remuneración	500 mes x 10	5.000
- movilización	100 mes x 10	1.000
		<hr/>
		6.000

Comité Creativo

- 3 publicistas a 10 la hora, 6 horas semanales	3 x 10 x 6 x 40	7.200
--	-----------------	-------

(El Comité de Publicidad y los dos restantes del Creativo son ad-honorem).

Total: 13.200

V.1.- Campaña publicitaria

- a) Objetivo: movilizar a la ciudadanía, mediante la publicidad directa y en los medios de comunicación, tras los objetivos de la campaña por elecciones libres.

Estará centrada en cuatro temas principales: elecciones libres, inscripciones electorales, incorporación del voluntariado y procedimientos de votación.

- b) Estrategia de medios: llegar al universo electoral de 6,5 millones de inscritos en forma directa y a través de los medios que se considera es posible que acepten publicidad de la Campaña.

- Radios: Chilena, Cooperativa, Portales, Carrera, Santiago y Galaxia (sector juvenil) en Santiago.
- En provincias: Radios que están en las cadenas de Chilena y Cooperativa (40)

- Prensa Escrita

Mercurio y red nacional

Ultimas Noticias

La Tercera

La Epoca

- Revistas: Hoy, Análisis, Qué Pasa, Apsi

- Revistas Femeninas: Paula - Vanidades
- T.V.: Canal 13
- Folletos y cartillas para electores
- Autoadhesivos para automóviles, taxis y locomoción colectiva.
- Afiches
- Volantes para concentraciones y otros eventos.
- Acción de video
- Acción Musical

c) Producción

- 4 spots de T.V. de 30":  
\$1.500.000 c/u = \$6.000.000.-
- 40 frases de Radio de 30"  
(incluye locutor, música,  
estudios y copias para 40  
Radios) \$90.000 c/u = \$3.600.000.-
- 30 testimoniales de 45" de  
figuración nacional (artistas,  
deportistas, animadores, actores,  
líderes sindicales, obispos) y  
30 copias. \$60.000 c/u = \$1.800.000.-
- 20 originales avisos prensa  
escrita, b/n \$10.000 c/u = \$ 200.000.-
- 20 originales avisos Revistas  
b/n \$10.000.- = \$ 200.000.-
- Folletos-cartillas-logo-slogan = \$ 100.000.- Global

Total Producción

T.V. \$ 6.000.000.-

Radio	\$ 5.400.000.-	
Prensa	\$ 400.000.-	
Impresos	\$ 100.000.-	
	<hr/>	
	\$11.900.000.-	= 51.293

d) Publicidad y transmisión

Radios:

- Chilena y cadena: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$2.622.700 - Descuento por volumen = 40%

Presupuesto mes \$1.573.620 x 10 = \$ 15.736.200.-

- Cooperativa y cadena: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$5.212.000 - Descuento por volumen = 40%

Presupuesto mes \$3.127.200 x 10 = \$ 31.272.000.-

- Portales: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$2.505.100 - Descuento por volumen = 20%

Presupuesto mes \$2.004.080 x 10 = \$ 20.040.800.-

- Santiago: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$690.600 - Descuento por volumen = 40%

Presupuesto mes \$414.360 x 10 = \$ 4.143.600.-

- Carrera: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$491.250 - Descuento por volumen = 40%

Presupuesto mes \$294.700 x 10 = \$ 2.947.000.-

- Galaxia: 10 frases diarias de 30" y 5 testimoniales diarias de 45" en horarios preferente y repartido.

Presupuesto mes \$810.000 - Descuento por volumen = 20%

Presupuesto mes \$648.000 x 10 = \$ 6.480.000.-

Total Radios: \$ 80.619.600 = 347.498.-

Revistas:

Hoy 4 págs. b/n mensual, interior a \$190.000 x pág.  
= \$760.000 mensual x 10 = 7.600.000, Descuento x  
volumen 40% = \$4.560.000.-

Qué Pasa 4 págs. b/n mensual, interior a \$180.000  
x pág. = \$720.000 mensual x 10 = 7.200.000, Descuen-  
to x volumen 40% = \$4.320.000.-

Análisis 4 págs. b/n mensual, interior a \$90.000  
x pág. = \$360.000 mensual x 10 = 3.600.000, Descuen-  
to x volumen 40% = \$2.160.000.-

Apsi 4 págs. b/n mensual, interior \$160.000 x pág.  
= \$640.000 mensual x 10 = 6.400.000, Descuento  
x volumen 50% = \$3.200.000

Total Revistas: \$14.240.000 = 61.380.-

Diarios

El Mercurio, Red Nacional y Ultimas Noticias - b/n,  
impar, cuerpo C, 3.500 cms. mensuales a \$5.435.-  
el cm. = \$19.022.500 x 10 = 190.275.000, Descuento  
por volumen 20% Total = \$152.220.000.-

La Tercera - b/n, impar, crónica  
1.500 cms. mensuales a \$4.500 el cm. = \$6.750.000

x 10 \$67.500.000, Descuento x volumen 20% Total = \$54.000.000.-

La Epoca

1.500 cms. mensuales, b/n, información nacional, impar, a \$4.440 el cm. = \$6.660.000 x 10 = \$66.600.000  
Descuento x volumen 30% Total = \$46.620.000.-

La Cuarta b/n, nacional, impar

1.500 cms. mensuales a \$820 el cm. = \$1.230.000  
x 10 = \$12.300.000, Descuento x volumen 20% Total = \$9.840.000.-

Total Diarios: \$262.660.000 1.132.160

I.V.

Canal 13 y Red Norte

Spots 30"

<u>Programas</u>	<u>N° Avisos mes</u>	<u>Costo</u>
Exito	16	985.600
Bloque Femenino	14	1.684.200
Teletrece	12	6.474.000
Después de Teletrece	18	6.474.600
1ª Serie Nocturna	8	3.705.600
Sábados Gigantes	6	1.445.400
Domingo AA	6	411.000
		<hr/>
		21.180.400

21.180.400 x 10 = 211.804.000 Descuento x volumen  
20% =

Total I.V.: \$169.443.200 = 730.358

e) Folletos y cartillas para electores

- inscripción electoral
- elecciones libres
- procedimiento votación
- 20,5 x 19 cms. - Dípticos - 1.1 color

10 millones x 3 x \$2 c/u = \$60.000.000 = 258.620

f) Autoadhesivos con logo

20 x 5 cms., 3 colores

1 millón x \$10 c/u = \$10 millones = 43.100

g) Afiches

Afiches de 34,5 x 50 cms., impreso a 4 colores

1 millón x 11 c/u = \$11 millones = 47.400



empresarios, dirigentes gremiales, sindicales y políticos, que propagan el material en diferentes conglomerados.

Vitel S.A. ofrece dos servicios complementarios:

- 1) Servicio de Informaciones a través de los noticiarios.
- 2) Video Especial: producción de videos de 10 a 30 minutos de duración con material informativo o didáctico para ser distribuído por la red, total o parcialmente.

Este servicio se puede combinar con la labor de los monitores y voluntarios.

Presupuesto

- Vitel Noticias (10 meses) \$1.848.000	= 7.965
- 3 videos x 576.000 c/u = 1.728.000	= 7.448
<u>Total</u>	15.413

k) Acción Musical

La música es un buen movilizador de la campañas de Acción Cívica.

El proyecto es la producción de un fonograma con 10 canciones, cuyos temas estén inscritos en los

conceptos de la campaña por Elecciones Libres.

Debido a la amplitud del público objetivo, la operación exige una gran cantidad de fonogramas que hemos estimado en 50.000.- Estos cassettes se distribuirían a través de los partidos y organizaciones sociales, especialmente entre el público más joven.

Es evidente que para hacer efectiva esta acción, debe contarse con su difusión repetida por parte de las radios y con el uso de éstos en las reuniones y actos masivos de la Campaña.

La producción, para que sea efectiva en su comunicación, debe ser realizada por profesionales, con los medios, materiales y técnicos que usan normalmente los sellos que comercializan la música.

Detalle de la Producción

Estudio de grabación 100 hrs., (\$ 400.- c/u)	\$ 400.000.-
1 arreglador musical	\$ 300.000.-
6 músicos promedio	\$ 300.000.-
1 director musical	\$ 800.000.-
Intérpretes (pago mínimo \$50.000.- c/u)	\$ 500.000.-
	<hr/>
	\$2.300.000.-

Este presupuesto considera a los compositores como

voluntarios.

Detalles de la Fabricación

50.000 cassettes \$150.-  
(Cada cassette grabado con  
y etiqueta). \$6.850.000.-

Total 50.000 fonogramas: \$9.150.000 = 39.439.-

1) Control Cumplimiento Pauta: Dentro del Servicio de  
Agencias.

Resumen Campaña Publicitaria

- Producción	51.293
- Publicación y transmisión	
Radios	347.498
Prensa	1.132.000
Revistas	61.380
I.V.	730.358
- Folletos	258.620
- Autoadhesivos	43.100
- Afiches	47.400
- Volantes	215.517
- Acción de video	15.413
- Acción Musical	39.439
<u>Total</u>	2.942.088

VI.- Datos e Informática

Se contempla la contratación de los Servicios Computacionales de una empresa que permita llevar por computación los siguientes datos:

- Organización
  - Nómina y datos de ejecutivos y personal
  - Nómina y datos de Monitores
  - Nómina y datos de Voluntarios
  - Nómina y datos de adherentes.
  
- Campaña inscripciones electorales
  - Nóminas por comunas, sexo, edad, etc.
  - Velocidad inscripción
  - Cumplimiento metas por comuna.
  
- Contabilidad
  - pago remuneraciones, leyes sociales e impuestos
  - control presupuestario.
  
- Nóminas y datos vocales de mesa
  
- Nóminas y datos apoderados de mesa
  
- Operación Cómputo rápido.

Presupuesto total, incluida operación cómputos,  
cotización Empresa Servicios Computacionales: 500.000

VII.- Asesoría Política:

Atendida la transformación que han tenido la técnica y métodos de las campañas electorales en los últimos años (1980 en adelante), en las democracias occidentales, debe considerarse la asesoría política en este campo.

Se puede obtener en la Fundación Adenauer y/o en Venezuela.

Presupuesto.

Pasajes 1 experto (estimado)	1.500
viáticos 60 días x 60	3.600
	<hr/>
Total	5.100

VIII.- Operación Cómputo Rápido

Para el día de las elecciones debe organizarse la "operación cómputo rápido" que permite procesar y entregar al país resultados parciales y proyecciones dentro de las 24 horas siguientes.

Esta operación debe tener un Jefe designado con 4 meses de anticipación, quién contará para llevarla a cabo con la estructura territorial de la campaña y con los voluntarios como apoderados de mesa y como apoderados en las cabeceras de Provincia y capitales regionales

en que se hará el recuento de votos.

Esta operación permitirá, además, detectar los fraudes cometidos a nivel de las mesas, los reclamos por omisión en los registros, los votos y electores impugnados, las alteraciones en los cómputos.

Parte importante del entrenamiento de los voluntarios es la participación en esta operación.

Presupuesto

Jefe Operación cómputos	(1)	1.500 x 4	6.000
Pasajes (2 viajes a cada Región)			4.800
Viáticos 5 días x 20 x 22 =			2.200
Secretaria	(1)	200 x 4	800
			<hr/>
			13.800

(El costo de los "servicios computacionales" para esta operación ha sido considerado en el capítulo "Datos e Informática".)

IX.- Comunicaciones

Dado el corto lapso en que debe realizarse la Campaña se ha contemplado el uso de los servicios de Entel-Chile en la comunicación con las regiones y provincias.

Las alternativas que ofrece Entel son las siguientes:

- a) Telefonía privada punto a punto. Puede usarse entre la Secretaría Nacional y Secretarías Regionales y provinciales, conectando los teléfonos a través de un canal exclusivo; bastando discar el número y conectarse instantaneamente en forma privada.
- b) Telescritura. Transmisión de textos escritos por medio de teleimpresores. Debería existir una terminal en cada Región, lo que permitiría enviar y recibir textos quedando todos registrados.
- c) Facsímil. Permite enviar o recibir copias de documentos en dos o tres minutos.
- d) Videoconferencia. Es un sistema en que los participantes se encuentran en distintos lugares y pueden realizar una reunión por medio de una transmisión integrada de imagen y voz a través de un proyector de imagen o un monitor de T.V.

El presupuesto puede obtenerse una vez elegido el sistema y en relación a la frecuencia de uso.

#### X.- Encuestas

Se contempla la realización, a través de empresas independientes y especializadas, de tres encuestas nacionales, una cada tres meses y de flash de opinión en Santiago, Valparaíso y Concepción una vez al mes.

Para que pueda impulsarse esta campaña político-electoral con algunas posibilidades de éxito, deberá iniciarse un amplio, diversificado y fuerte trabajo político que implica tener los medios para analizar científicamente el desarrollo político, poder evaluar con precisión y rapidez los nuevos hechos políticos; se conozcan los deseos y aspiraciones de los chilenos y dispongan de los indicadores que muestren la evolución de la opinión política, que indiquen cuáles son los efectos en la ciudadanía de las acciones y discursos de la oposición y del Gobierno, y cuáles son las expectativas de los individuos, etc. Sólo un amplio y científico conocimiento de la realidad social y política permitirá diseñar y llevar adelante una estrategia política que realmente sea capaz de interpretar a las grandes mayorías nacionales.

Creemos que es necesario iniciar una actividad de carácter científico-político para obtener una adecuada y oportuna información sobre la evolución del desarrollo político, incluyendo el análisis del estado de la opinión pública a fin de que los decisores políticos, los publicistas y los actores puedan adoptar oportunamente las decisiones políticas.

Los estudios que se harán están destinados a evaluar el impacto de la campaña y también para recibir las percepciones, intereses, actitudes, etc. de los ciudadanos, con las cuales se puede definir las posibilidades de la agenda de la campaña electoral.

#### Plan de las encuestas

Se sugiere hacer una encuesta nacional de tres mil casos, que dé una información básica a partir de la cual se midan la evolución de la opinión pública a través de una encuesta mensual a ser realizada en Santiago y Valparaíso-Viña del Mar, sobre la base de las muestras independientes.

Quienes realicen la encuesta prepararán los informes de los datos para ser en tregados a los decidores políticos.

Asimismo darán informes regulares sobre el desarrollo de la campaña del gobier no y de la oposición como se desprenda de datos diferentes de las encuestas, como la prensa, los actos públicos, etc.

### Presupuesto

El presupuesto contempla tres tipos de encuestas: una en el Gran Santiago, otra en Santiago-Valparaíso y una tercera de carácter nacional.

PRESUPUESTO

COSTO ANUAL (\*)

1.	<u>Salarios anual</u>	
	1 Coordinación general 1000 al mes	12.000
	2 Investigadores a 700 x 12	16.800
	2 Ayudantes de Investigación a 400 x 12	9.600
	1 Muestrólogo estadístico a 700 x 12 (incluye muestras)	8.400
	2 Digitadores a 200 x 12	4.800
	1 Secretaria 250 x 12	3.000
	Materiales oficina 300 mensual	3.600
		<hr/>
		58.200
2.	<u>Salarios Estudio Campaña y Tendencias Electorales</u>	
	1 Especialista en comunicación a 1000 x 12	12.000
	2 Ayudantes a 400 x 12	9.600
	1 Investigador (comunicador) a 700 x 12	8.400
		<hr/>
		30.000
<p>(*) Esto permitirá tener el equipo de gente necesaria para realizar en cuestas regularmente. El costo de cada encuesta se reduce a su trabajo de campo.</p>		
3.	<u>Infraestructura</u>	
	(Para una encuesta ocasional podemos utilizar la estructura existen te)	
	Instalación de computación	7.000
4.	<u>Infraestructura para análisis televisivo</u>	
	2 Televisores	1.000
	1 Video	1.000
	Video Cassettes 300 x 10 (1 hora diara)	3.000
		<hr/>
		5.000
5.	<u>Material control de prensa</u>	
	150 x 12 meses	1.800

6.	<u>Material informe de encuesta</u>	
	500 informes a 2 por encuesta	1.000
		<hr/>
		12.800
7.	Costo por encuesta en el Gran Santiago	
	<u>Trabajo de campo por Encuesta</u>	
	1.200 casos a 8.2 c/u.	9.840
	Muestra 1.300 casos	1.300
	Imprevistos 10% (pto. (1))	984
	2 Meses x 5 Jefes de Zona 200	2.000
		<hr/>
		14.124
8.	Costo por encuesta Santiago-Valparaíso	
	<u>Trabajo de campo</u>	
	1.500 casos a 8.2 (800 y 700)	12.300
	Muestra	1.500
	Imprevistos	1.380
	2 meses x 5 Jefes de Zona a 200	2.000
	3 Jefes de Zona x 2 meses x 200	1.200
	Transporte 300	300
		<hr/>
		18.600
9.	Costo por encuesta Nacional	
	<u>Trabajo de campo</u>	
	Costos de la realización de la encuesta, 2.500 encuestas y pro-test	20.300
	Materiales, impresión del cuestionario y adiestramiento encuestadores	3.000
		<hr/>
		23.300
	<u>Tranporte dentro del país</u>	
	a) Pasajes para traslado del equipo: 2 viajes a cada lugar urbano efectuado por miembros del equipo de investigadores, uno preparatorio, uno de ejecución del trabajo de campo:	2.096

b) Estadía de miembros del equipo:  
estadía de un miembro del equipo durante  
20 días en cada lugar urbano: Hotel 20,  
viático 10 = 30 por día.  
20 días x 30 al día x 8 lugares;

4.000

6.896

Costo Total Encuesta Nacional

30.196

I. RESUMEN PRESUPUESTO ANUAL ENCUESTAS

1.	Salarios	58.200
2.	Salarios Estudios Campaña	30.000
3.	Infraestructura	7.000
4.	Infraestructura televisiva	5.000
5.	Control de Prensa	1.800
6.	Informe encuestas (8 encuestas)	8.000
7.	Cuadro encuestas en el Gran San tiago a 14.124	56.496
8.	Dos encuestas en Santiago-Valpa raíso a 18.680	37.360
9.	Dos encuestas nacionales a 30.196	60.392
		<hr/>
	T O T A L	264.248

<u>RESUMEN</u>	<u>PRESUPUESTO</u>	<u>PROYECTO</u>
II. 2	Secretaría Nacional	54.700.-
II. 3	Dirección Operaciones	20.300.-
II. 4	Secretarías Regionales	264.000.-
II. 5	Secretarías Provinciales	660.000.-
II. 6	Monitores	1.161.000.-
II. 8	Concentraciones públicas	163.075.-
III.	Depto. Técnico, Cursos Monitores	45.850.-
IV.	Administración Y finanzas	27.800.-
V.	Departamento Prensa y Publicidad	13.200.-
V. 1	Campaña Publicitaria	2.942.088.-
VI.	Datos e informática	500.000.-
VII.	Asesoría Política	5.100.-
VIII.	Operación cómputo rápido	13.800.-
X.	Encuestas	264.248.-
		<hr/>
Total		6.135.161.-