



## Campanha MpD - Ulisses Correia e Silva

Trabalho Elaborado pelo Grupo Azul

Castelo de Vide

30 agosto 2012

## Índice

Introdução	2
1. Organigrama funcional da equipa de campanha	3
2. Cronograma da Campanha	6
3. Target's (Análise SWOT)	12
4. Posicionamento	13
5. Slogan e Assinatura	14
6. Principais Temas a Abordar	15

## Introdução

O presente documento tem o objectivo de apresentar aquela, que na nossa opinião, é a melhor estratégia para o candidato Ulisses Correia e Silva, apoiado pelo MPD, vencer as próximas eleições ao atual presidente da Câmara Municipal da Praia.

Definimos esta estratégia com base num Estudo de Avaliação e diagnóstico no Concelho da Praia em Cabo Verde. O universo deste estudo são os eleitorados recenseados no concelho da Praia, sendo a amostra composta por 315 inquiridos.

Este estudo forneceu-nos importantíssimas informações para adequarmos a nossa campanha da melhor forma possível.

O estudo conclui que o atual Presidente da Câmara é avaliado positivamente pela população (72.1% de avaliações positivas). Os acessos e o pavimento das ruas foram, segundo os inquiridos, aquilo que o atual presidente fez de melhor no seu mandato (46.0%).

Este aponta como principais carências do atual presidente a falta de ajuda aos mais necessitados (13.7% dizem que ficou por fazer), a falta de criação de oportunidades para os mais jovens (13.6% dizem que ficou por fazer), a falta de iluminação (38.8% dizem que piorou) e segurança dos habitantes do concelho (65.6% dizem que piorou).

Com base nos resultados do estudo, consideramos ser essencial para o candidato Ulisses vencer, aproxima-lo dos fragmentos mais jovens, bem como da população Feminina do concelho. Pensamos ser fundamental, também, alterar uma possível imagem de arrogância do candidato. Por último, consideramos imperativo que a candidatura aposte numa imagem de investimento em pessoas em detrimento de uma aposta em mais infraestruturas.

Estamos realmente convictos que, no caso deste projeto de campanha seguir em frente, conseguiremos obter a vitória para o candidato Ulisses e, conseqüentemente, para o MPD.

## **1. Organigrama funcional da equipa de campanha**

### **a) Quais são as tarefas de uma campanha:**

- Calendarizar;
- Gerir os fundos para a Campanha;
- Coordenar a equipa de jovens que acompanha a campanha;
- Definir quais os meios logísticos e multimédia que serão utilizados durante a campanha e a sua gestão;
- Analisar os dados disponíveis sobre a realidade do concelho por forma a potencializar a candidatura;
- Definir quais os eventos a realizar durante a campanha;
- Montar um sistema de recolha de informação, por forma a não haver surpresas;

**b) Como são divididas as tarefas:**

Coordenador:

- ✓ Gerir globalmente a campanha.

Secretário:

- ✓ Responsável pela Calendarização.

Tesoureiro:

- ✓ Gerir a parte financeira;

Subcoordenador para Juventude e Redes Sociais:

- ✓ Transmissão de informação entre o coordenador e o responsável;

Subcoordenador para Eventos, Logística e Gráfica:

- ✓ Transmissão de informação entre o coordenador e o responsável;

Responsável pela Juventude;

- ✓ Coordena os jovens que ajudam na campanha.

Responsável pelas Redes Sociais;

- ✓ Coordena a parte da internet.

Responsável pelos Eventos;

- ✓ Coordena a organização dos eventos;

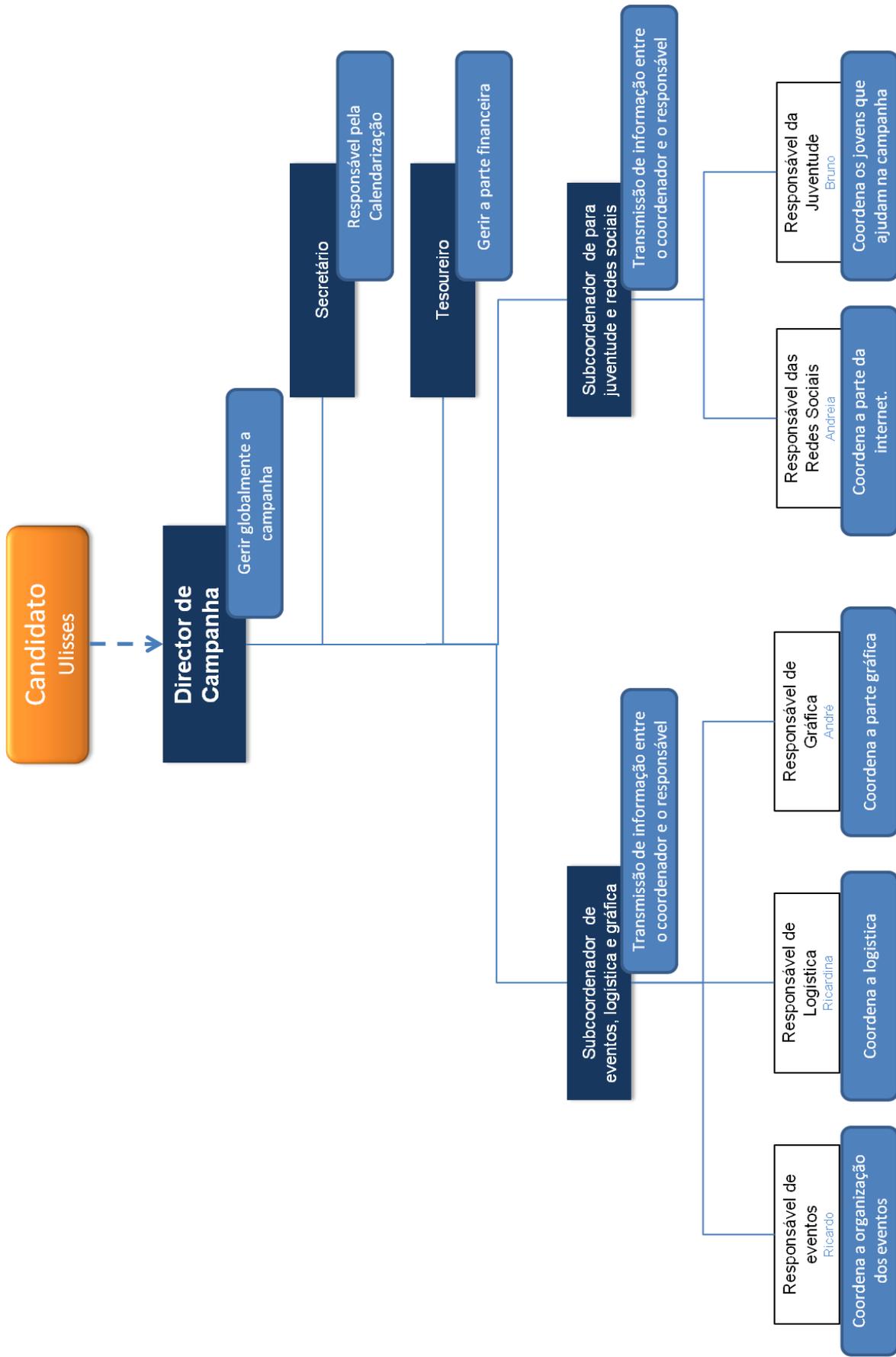
Responsável pela Logística;

- ✓ Coordena a logística, designadamente:

Responsável pela Gráfica;

- ✓ Coordena a parte gráfica.

**c) Quem reporta a quem:**



## 2. Cronograma da Campanha

Hoje 28 Agosto.

Eleições dia 1 Março.

Para o candidato Ulisses atingir o melhor resultado eleitoral possível, isto é, vencer as eleições. Julgamos ser fundamental uma grande cooperação e proximidade entre a equipa de direção de campanha e o candidato Ulisses conjuntamente com os restantes candidatos da lista. Por isso, considera-se essencial a realização de reuniões quinzenais entre o mês de Setembro e Dezembro, com estas reuniões é nosso objetivo que o candidato esteja sempre ao corrente com a real evolução da campanha eleitoral.

A partir do dia 11 de Janeiro até ao dia 1 de Março as reuniões passaram a ser semanais passando a realizar-se todas as sextas-feiras.

### a) Apresentação pública

- Apresentação pública da candidatura destinada a toda a população da Praia bem como a toda a comunicação social. Esta decorrerá na Praça principal por ser o local mais emblemático do Concelho, no dia 15 de Setembro, Sábado.

- Apresentação pública do candidato aos jovens do concelho. Nesta apresentação que será seguida de uma festa, será apresentado o web site, facebook e twitter da campanha. A mesma acontecerá no dia 22 de Setembro, Sábado.

### b) Lançamento dos primeiros outdoor's

Esta primeira vaga de outdoor's tem como objetivo dar a conhecer à população uma imagem de maior proximidade do candidato Ulisses. Esta primeira vaga, em termos gráficos, será composta por uma fotografia do candidato junto de crianças da praia, onde o mesmo se apresenta com um aspeto pouco formal, por forma a contrariar a sua imagem de arrogância (5.6% maior defeito que lhe é apontado). Os mesmos serão lançados no Sábado, dia 29 de Setembro.

Estes terão como Slogan "Uma nova onda para a Praia" e como assinatura "O Nosso candidato".

c) Lançamento dos segundos outdoor's

Esta Segunda vaga de outdoor's terá o objetivo de apresentar as principais propostas do candidato Ulisses. Serão lançados no dia 6 de Fevereiro. Nesta Segunda vaga o Slogan mantém-se. Serão colocados 3 Outdoor's com a assinatura "Dê um passo seguro" (aqui é objetivo atacar o problema da falta de segurança - 48.6% da amostra acreditam que é onde a Câmara devia trabalhar mais e mais rápido), outros três com a assinatura "Iluminação para todos" (que pretende prometer uma melhor iluminação no Concelho - 41% da amostra acreditam que é onde a Câmara devia trabalhar mais e mais rápido) e quatro com a assinatura "Investimos em Pessoas" (que pretende prometer um melhor bem estar social, composto por maior apoio aos pobres (40.6% da amostra acreditam que é onde a Câmara devia trabalhar mais e mais rápido) e pela criação de mais e melhores oportunidades para os jovens (13.6% acreditam que ficou por fazer) e apoio na saúde (35.8% da amostra acreditam que é onde a Câmara devia trabalhar mais e mais rápido).

d) Comícios

- Realização de jantar apenas com mulheres, tentando assim aproximar o candidato desse segmento da população, no dia 16 de Fevereiro.
- Realização do jantar comício de final de campanha com a presença do presidente do partido. O mesmo ocorrerá no dia 22 de Fevereiro Sexta-feira.
- Realização de Jantar no último dia de campanha, sexta-feira, 1 de Março, que contará com todos os membros das listas, bem como, todos os colaboradores da campanha.

e) Entrevistas

Entrevista para a revista "A Semana". Esta entrevista terá um foro mais pessoal onde o candidato se apresenta juntamente com a família, onde fala do seu percurso pessoal e profissional. A razão de ser desta entrevista prende-se com a necessidade, visível nos estudos de opinião, de o candidato se mostra um homem de família, menos arrogante (5.6% da amostra consideram Ulisses arrogante) e com uma experiência profissional sólida (60% consideram o candidato adversário mais experiente). Escolhemos a revista "A Semana" por se tratar da publicação impressa mais lida uma vez por semana (48.4% dos seus leitores lêem com

regularidade semanalmente, este é o meio impresso mais lido com 59% das preferências), o que nos sugere que a mesma será alvo de uma leitura familiar onde se incluem as mulheres e os jovens da Praia, segmento populacional que acredita menos na vitória do candidato. A mesma será publicada no dia 8 de Setembro, Sábado, acontecendo assim ainda antes de ser anunciada a candidatura.

Entrevista no jornal “Expresso das Ilhas” (é lido semanalmente por 48.6% dos seus eleitores e é o segundo jornal mais lido com 45.1% da preferência) onde o candidato apresentará a sua visão para o concelho da praia. Visão esta que se caracteriza por uma aposta nas pessoas e na sua qualidade de vida em detrimento de uma visão assente na construção de infraestruturas protagonizada pelo atual presidente da câmara. A mesma acontecerá no dia 6 de Janeiro.

Entrevista do candidato para a rádio “Praia FM on-line”, rádio mais ouvida no concelho (59.4% das pessoas que ouve rádio, ouve esta estação todos os dias), onde este apresentará a sua visão e propostas para o concelho da praia, acontecerá no dia 17 de Fevereiro, Domingo.

Entrevista na TV uma vez que a televisão como meio de divulgação merece a última entrevista por forma ao candidato chegar ao maior número de pessoas possível (Todos os dias 77.3% da população sabe as notícias pela TV) . A mesma acontecerá no dia 19 de Fevereiro.

f) Web e Redes Sociais

Existirá um website, o facebook e twitter da candidatura. Estes serão constantemente atualizados e terão a possibilidade dos cidadãos (especialmente o segmento mais jovem que é quem utiliza mais este tipo de plataformas) apresentarem sugestões para a candidatura.

g) Outros elementos de Campanha

O candidato deve iniciar uma crónica semanal escrita por si no jornal “Expresso das Ilhas”, o segundo meio impresso mais lido semanalmente (48.6% lêem todas as semanas). O candidato escreverá semanalmente no jornal divulgando as principais

carências do concelho numa primeira fase e apresentando as suas próprias propostas de mudança para o concelho da Praia nas últimas semana de campanha. Pretende-se com isto, demonstrar a capacidade do candidato para exercer o cargo de presidente da câmara da melhor forma possível. A mesma deve começar no dia 1 de Outubro.

Realização de visitas, designadamente:

- ✓ Às Associações jovens do concelho para dessa forma ajudar a combater a fraca imagem que os jovens têm deste. Com estas visitas pretende, para além de aumentar a já referida popularidade, recolher propostas dos jovens para a construção do programa eleitoral, estas têm o seu inicio a 3 de Outubro.
- ✓ Aos industriais do concelho. Achamos que o candidato Ulisses deve criar uma relação próxima com os responsáveis pela criação de emprego da Praia. As mesmas começam no dia 16 de Outubro.
- ✓ Visitas ao sector dos serviços e do turismo. As mesmas começam no dia 2 de Fevereiro;
- ✓ Visitas às freguesias (porta a porta) para um maior contacto com o eleitorado.

Realização das jornadas autárquicas. O objetivo é reunir com a população em geral mas também com os protagonistas do concelho (diretor do centro de saúde, diretor da escola, etc) por forma ao candidato ouvir as propostas de todos e apresentar uma compilação das suas próprias propostas com base nas visitas realizadas nos meses anteriores. As mesmas começam no dia 30 de Outubro.

Inauguração da sede de campanha onde diariamente o Ulisses passará algum tempo de forma a ter um contacto fácil com qualquer cidadão interessado. Durante a inauguração da sede o Ulisses deverá lançar a sua revista eleitoral que contém o seu programa baseado nas opiniões recolhidas ao longo destes 6 meses. Essa revista, será enviada para todas as casas do concelho da Praia. A mesma será inaugurada no primeiro dia de Campanha Eleitoral, no dia 18 de Fevereiro.

Lançamento do tempo de antena que passará diariamente nas duas rádios e TV mais visualizadas no concelho. Onde serão demonstrados os valores éticos de Ulisses bem como as suas principais propostas. Estes acontecerão a partir do dia 18 de Fevereiro.

A Caravana mais arruada pretende demonstrar o apoio que o candidato tem da população criando assim uma espectacular vitória. Esta acontecerá no dia 24 de Fevereiro.

### 3. Target's (Análise SWOT)

Aqui explicaremos quais devem ser, na nossa opinião, os principais desafios, objetivos e caminhos desta campanha, após apresentarmos uma análise SWOT do Estudo que encomendámos.

#### ANÁLISE SWOT SOBRE O INQUÉRITO APLICADO AO UNIVERSO DE ELEITORES REENSEADOS NO CONCELHO DA PRAIA, C.V.

##### PONTOS FORTES

Notoriedade igual (Homens – faixa etária 45-54 anos).

Inquiridos sobre os piores problemas identificados nos candidatos, 66,3% não atribuem problemas ao candidato proponente (candidato concorrente – Partido PAICV dispõe de 46%).

Na relação da transferência de votos, verifica-se uma menor perda de votos para população de indecisos, do que o partido concorrente (PAICV).

##### OPORTUNIDADES

Políticas sociais (ajudar os mais desfavorecidos).

Políticas sectoriais (apoio à juventude e à educação).

Políticas de segurança (dirigidas a pessoas e bens).

Infra-estruturas (Iluminação pública).

Políticas de saúde (suporte à prestação de cuidados de saúde).

Saneamento/limpeza.

Maior transferência de votos para os indecisos por parte do partido concorrente (PAICV).

Notoriedade reduzida por parte de determinadas populações alvo (jovem 18-24anos: 33,7% e feminina: 58,7%).

Na transferência de votos do mandato de 2004 para 2008, verificou-se um decréscimo de popularidade do MpD.

Inquiridos sobre os piores problemas identificados nos candidatos, o candidato proponente (MpD) tinha-se apresentado à população a eleições anteriores como arrogante (5,6%).

A análise revela distanciamento social com a população.

##### AMEAÇAS

##### PONTOS FRACOS

NOTA: Segmento de indecisos: O PAICV apresenta mais indecisos que o MDP (indirectamente género feminino e jovens)

#### **4. Posicionamento**

O candidato terá que passar a imagem de ser uma pessoa social, dedicada e preocupada com a população e que quer uma participação ativa por parte da mesma.

A imagem a passar é de um candidato com propostas, com equipa e com verdade. É importante aproxima-lo dos jovens e das mulheres do concelho e anular uma possível imagem de arrogância que o candidato possa ter. Deve o candidato pensar num investimento em pessoas e não em infraestruturas. O seu posicionamento e a sua visão para o concelho devem seguir esta resumida linha programática.

## **5. Slogan e Assinatura**

### Slogan

Uma nova onda para a Praia.

Escolhemos este Slogan por considerarmos que uma candidatura vencedora deve ser apresentada como uma alternativa melhor para o povo do concelho da praia. Consideramos atingir o objetivo com este slogan. Para além disso pensamos ser um slogan capaz de agradar aos mais jovens também.

### Assinatura

O nosso candidato - 10 outdoor's iniciais.

Dê um passo seguro! - 3 outdoor's na segunda vaga.

Investimos em pessoas. - 4 outdoor's na segunda vaga.

Iluminação para todos - 3 outdoor's na segunda vaga.

## **6. Principais Temas a Abordar**

O MpD proporá medidas e acções, que sejam articuladas e coerentes, no quadro de uma actuação sistemática sobre 3 pilares estratégico-chave:

1. Aumentar a segurança de pessoas e bens (48.6% acreditam que é o mais importante a trabalhar no imediato).
2. Aumentar a rede de iluminação (41.8% acreditam que é o mais importante a trabalhar no imediato).
3. Apoios sociais - Apoios aos pobres (40.6% acreditam que é o mais importante a trabalhar no imediato.) e à saúde (35.8% acreditam que é o mais importante a trabalhar no imediato).

ANEXO

## Calendário da Campanha Eleitoral das Autárquicas 2013

	Dia 07	Dia 08	Dia 15	Dia 21	Dia 22	Dia 29
Setembro	Reunião	Entrevista Revista "Semana"	Apresentação Pública da Candidatura	Reunião	Apresentação de Candidatura aos jovens. Lançamento das redes sociais e festa da juventude	Lançamento de 10 Outdoor's
Outubro	Dia 01	Dia 05	Dia 06/08/10/12/14	Dia 16/18/19/23/25	Dia 19	Dia 30
	Início da crónica semanal no jornal "A Semana" (Todas as segundas)	Reunião	Visitas às associações	Visita às indústrias do concelho	Reunião	Visita aos lugares do concelho
Novembro	Dia 02	Dia 16	Dia 30			
	Reunião	Reunião	Reunião			
Dezembro	Dia 14	Dia 28				
	Reunião	Reunião				
Janeiro	Dia 06	Dia 08		Dia 16	Dia 23	Dia 31
	Grande Entrevista no Jornal "A Semana"	Reunião		Reunião	Reunião	Reunião
Fevereiro	Dia 02 até dia 16	Dia 06	Dia 09 e 10	Dia 16	Dia 17	
	Visitas sector serviços e turismo	Lançamento dos 2.ºs outdoor's	Jornadas Autárquicas	Jantar Mulheres	Entrevista na rádio "Praia FM on-line"	

### Agenda de Campanha Eleições Autárquicas 2013

	Dia 18 de Fevereiro	Dia 19 de Fevereiro	Dia 20 de Fevereiro	Dia 21 de Fevereiro	Dia 22 de Fevereiro	Dia 23 de Fevereiro	Dia 24 de Fevereiro
<b>Hora</b>	<b>Campanha</b>	<b>Campanha4</b>	<b>Camapanha</b>	<b>Campanha5</b>	<b>Campanha3</b>	<b>Campanha2</b>	<b>Campanha2</b>
9:30-10:30	Início da Oficial da Campanha	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho
11:15-12:30	Lançamento do tempo de antena	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho
12:30-14:00	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>
15:00-16:00	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Arruada
16:00-17:30	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Arruada
18:00-20:00	Lançamento da revista eleitoral	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Caravana
21:00-23:00	Inauguração da Sede de Campanha	Entrevista na TV			Jantar comício de encerramento		Caravana

### Agenda de Campanha Eleições Autárquicas 2013

	Dia 25 de Fevereiro	Dia 26 de Fevereiro	Dia 27 de Fevereiro	Dia 28 de Fevereiro	Dia 01 de Março	Dia 02 de Março	Dia 03 de Março
<b>Hora</b>	<b>Campanha</b>	<b>Campanha3</b>	<b>Campanha2</b>	<b>Camapanha</b>	<b>Encerramento de Campanha</b>		
9:30-10:30	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita à Feira		<b>DIA D</b>
11:15-12:30	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita à Feira		<b>DIA D</b>
12:30-14:00	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>		
15:00-16:00	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Arruada		<b>DIA D</b>
16:00-17:30	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Arruada		<b>DIA D</b>
18:00-20:00	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Visita ao concelho	Arruada		<b>DIA D</b>
21:00-23:00					Jantar de encerramento		<b>DIA D</b>