



Trabajo Final para la obtención del grado de  
**Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos**  
de la **Universidad Adolfo Ibáñez**

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA PARA CONSEGUIR FINANCIAMIENTO  
PARA PROGRAMA DE MATRÍCULAS DE ESTABLECIMIENTOS  
DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA**

Alumno:  
Sebastián de Toro

Profesor guía:  
Luis E. Santana

20 de julio de 2022

# Contenido

I. Resumen ejecutivo.....	2
II. Antecedentes.....	3
a. Historia y estructura de la ACEA .....	3
b. Imagen.....	5
c. El modelo de educación alternativa .....	5
d. Problemática.....	8
e. El propósito del mandante y delimitación de la solicitud.....	9
III. Metodología de Elaboración de la Campaña .....	11
IV. Marco teórico .....	14
V. Diagnóstico.....	18
a. Nivel de conocimiento del concepto de educación alternativa .....	18
b. Análisis de comunicación y redes sociales .....	22
c. Análisis de entorno.....	24
i. Dimensión legal.....	24
ii. Comunidad educacional alternativa.....	29
iii. Perfil del presidente Boric.....	33
iv. Entorno sociopolítico .....	35
v. Análisis de <i>stakeholders</i> .....	35
VI. Estrategia de campaña .....	36
a. Conclusiones del diagnóstico .....	36
b. En vez de educación alterativa, se hablará de educación activa.....	37
c. Objetivo general y específicos de la campaña .....	37
d. Estrategia de posicionamiento.....	38
e. Plan de acción .....	39
f. Público objetivo .....	48
g. Presupuesto .....	49
h. Carta Gantt.....	50
i. Intervenciones .....	51
VII. Instrumentos de evaluación .....	52
VIII. Bibliografía .....	54
IX. Anexos.....	59

## **I. Resumen ejecutivo**

La Asociación Gremial Chilena de Educación Alternativa A.G (en adelante, ACEA) es una organización sin fines de lucro que tiene por objetivo agrupar a establecimientos de educación alternativa, con miras de aunar esfuerzos en conjunto para lograr su misión institucional: promover la metodología de educación alternativa dentro de Chile. Según el diagnóstico de la ACEA, actualmente su principal impedimento es el tema económico, pues sus establecimientos hoy en día no cuentan con los recursos necesarios para subsidiar o incluso, financiar sus matrículas. Bajo este escenario, los sostenedores de los establecimientos asociados a la ACEA difícilmente logren la sostenibilidad económica necesaria para lograr su objetivo en el tiempo.

Para llevar a cabo la misión de sus establecimientos, la ACEA ha tenido que implementar ciertas condiciones para poder sostener los \$230.000 (pesos chilenos) que se necesitan aproximadamente por alumno. Es así como algunos de sus sostenedores, se han visto en la compleja disyuntiva de tener que discriminar a alumnos por situación económica, una situación compleja porque la solidaridad e integración son parte de los principios fundacionales de la Asociación. Dicha situación llevó a los establecimientos asociados a tomar medidas. En primer lugar, formalizarse desde el punto de vista jurídico y, en segundo lugar, comenzar una campaña interna para recolectar recursos y financiar de esta forma, una asesoría en comunicación política. Es en el marco de la asesoría en comunicación política recién mencionada, donde comienza la presente campaña.

Como parte estructural de la campaña de comunicación política solicitada por la ACEA, primero se revisará la historia y composición de la Asociación, para luego determinar en qué consiste la denominada educación alternativa (en adelante, EA), cuáles son sus actores, cuál es su relevancia, necesidades y problemáticas principales. Se investigarán todos los aspectos relevantes del propósito y solicitud del mandante, y se delimitará y concretará su campo de acción. Con ello se pasará a definir la estructura de investigación que se requerirá para diseñar la campaña, apartado encontrado en la sección de metodología de elaboración de la campaña. En esta sección, se hará una revisión exhaustiva del marco normativo que rige actualmente el

financiamiento estatal en materia de educación. Esto con el fin de comprender y comenzar a dar las directrices necesarias para formular las estrategias de modificación, para la obtención de un posible financiamiento público. Además, se consultará a un panel de expertos, los cuales ayudarán a aportar información directa sobre la institucionalidad, el nivel de conocimiento e impacto que tiene la EA en Chile, junto con identificar los principales actores del sistema, y así incidir en las autoridades relevantes para lograr el objetivo final de la campaña.

Dentro del marco teórico, se abordará literatura especializada, antecedentes relevantes, investigaciones previas, y consideraciones teóricas que sustenten y dialoguen con el objetivo y los lineamientos de esta campaña. Para luego así, pasar a realizar un diagnóstico que comprenderá un análisis de entorno, en base a la recopilación de datos de encuestas e información recogida de diversos instrumentos para la posterior interpretación y obtención de conclusiones. Finalmente, generar estrategias reales que den solución y comprensión a lo solicitado por el mandante, mediante un plan de acción, estrategia de posicionamiento, activación en redes sociales (en adelante, RRSS), y diversas actividades para lograr el objetivo de esta campaña de comunicación política.