



**Trabajo final para la obtención del grado de Magister de
Comunicación Política y Asuntos Públicos Universidad Adolfo Ibáñez**

**CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO PARA PAULA DAZA COMO UNA FIGURA PÚBLICA
RELEVANTE EN LA CENTRO DERECHA.**

ALUMNOS

Eulogia Lavín, Sebastián Delmás y Nicolás Puelles.

Profesora Guía: Gloria De La Fuente

Julio 2022

ÍNDICE

I.- INTRODUCCIÓN

1.1.- Consideraciones preliminares

1.2.- Objetivos Generales

1.3.- Objetivos Específicos

1.4.- Metodología

1.5.- Metodología del diagnóstico

1.6.- Metodología de la estrategia

II.- DIAGNÓSTICO DE IMAGEN

2.1.- ¿Quién es Paula Daza?

2.2.- Medios de comunicación

2.3.- Entrevista semi estructurada dirigentes políticos

2.4.- Encuesta CEP

2.5.- Conexión entre ambos instrumentos CEP y entrevistas

III.- ANÁLISIS DE ENTORNO Y DEL CONTEXTO DEL PROYECTO.

3.1.- Contexto Político

3.2.- Contexto Comunicacional

3.3.- Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de Paula Daza

IV. EL PROBLEMA

4.1.- El Nuevo Escenario Político para Paula Daza

V. ESTRATEGIA

5.1.- Líneas de acción

5.2.- Fases, Ejes y Calendario

5.3.- Posicionamiento

5.4.- Relato de la estrategia de posicionamiento

5.5.- Público

5.6.- Audiencia replicadora

5.7.- Matriz del entorno Encuesta CEP

5.8.- Estrategia Análisis Encuesta CEP

5.9.- Branding e imagen objetivo

VI. CONCLUSIONES

VII. BIBLIOGRAFÍA

VIII. ANEXOS