



Trabajo final para obtención grado de
Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos
Universidad Adolfo Ibáñez

CAMPAÑA COMUNICACIONAL
PLEBISCITO CONSTITUCIONAL DEL 4 DE SEPTIEMBRE DEL 2022

Alumnos/as:

Pamela Campos Ponce
Bárbara de la Fuente Ilufí
Patricio Herrada Barrera

Profesor guía:

Andrés Sherman Teitelboim
Revisado por: Dr. Rodrigo Plaza Maldonado

AGOSTO 2022

1.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.	METODOLOGÍA.....	6
2.1.	Primera Parte: Análisis De Entorno.....	6
2.2.	Segunda Parte: Análisis De Percepción Política Y Social Sobre El Proceso Constituyente.....	6
2.3.	Tercera Parte: Diagnóstico de la imagen.....	7
2.4.	Cuarta Parte: Diseño del plan estratégico.....	7
3.	DESARROLLO.....	7
3.1.	PRIMERA PARTE: ANÁLISIS DE ENTORNO.....	7
3.1.1.	Estructura y Funcionamiento.....	10
3.1.2.	Entorno Social.....	15
3.1.3.	Matriz F.O.D.A.....	16
3.1.4.	Análisis P.E.S.T.E.L.....	18
3.1.5.	Análisis STAKEHOLDERS.....	19
3.2.	SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN POLÍTICA Y SOCIAL SOBRE EL PROCESO CONSTITUYENTE.....	25
3.2.1.	Análisis entrevistas ciudadanas y ciudadanos.....	26
3.2.2.	Análisis entrevistas de personas ligadas a la Convención Constitucional.....	29
3.2.3.	Análisis de encuestas de percepción ciudadana.....	31
3.2.3.1.	Análisis de encuesta CADEM.....	31
3.2.3.2.	Análisis de encuesta Pulso Ciudadano.....	34
3.2.3.3.	Análisis de encuesta CRITERIA.....	36
3.2.3.4.	Análisis de encuesta del Centro de Estudios Públicos, CEP.....	38
3.2.4.	Análisis de Prensa.....	41
3.3.	TERCERA PARTE: DIAGNÓSTICO DE LA IMAGEN.....	43
3.3.1.	Modelos para medición de reputación.....	44
3.3.2.	Modelo Merco adaptado para Convención Constitucional.....	46
4.	DISEÑO PLAN ESTRATÉGICO:.....	48
4.1.	Objetivo general y específicos de la campaña.....	48
4.2.	¿Cuál será nuestro posicionamiento?.....	49
4.2.1.	Población objetivo.....	49
4.2.2.	Mensajes y temas centrales.....	49
4.2.3.	Equipo de campaña.....	50
5.	PLAN DE COMUNICACIONES.....	51
5.1.	Audiencia objetivo.....	52

5.2.	Storytelling.....	53
5.3.	Estrategias Comunicacionales.....	54
5.3.1.	Agenda Relacional.....	58
5.3.2.	Difusión.....	60
5.3.3.	Marketing Y Publicidad.....	65
5.3.4.	Instrumentos de evaluación del Plan de Comunicaciones.....	67
5.3.5.	Presupuesto	70
6.	Referencias bibliográficas	71
7.	ANEXOS.....	73
7.1.	Anexo 1: Entrevistas a ciudadanas y ciudadanos.....	73
7.1.1.	Tabla con entrevistados.....	73
7.1.2.	Cuestionario aplicado.....	73
7.1.3.	Entrevista ciudadana 001	74
7.1.4.	Entrevista ciudadana 002	76
7.1.5.	Entrevista ciudadana 003	78
7.1.6.	Entrevista ciudadana 004	80
7.1.7.	Entrevista ciudadana 005	81
7.2.	Anexo 2 entrevistas personas ligadas a la Convención Constitucional	83
7.2.1.	Tabla con entrevistados.....	84
7.2.2.	001 ENTREVISTA JAIME BASSA	84
7.2.3.	002 ENTREVISTA JOAQUÍN UGALDE	85
7.2.4.	003 ENTREVISTA DANIELA ASTUDILLO.....	87
7.2.5.	004 ENTREVISTA RAÚL CÉLIS MONTT	88
7.2.6.	005 ENTREVISTA FRANCISCA SKOKNIC	90
7.2.7.	006 ENTREVISTA JORGE ESPINOZA CUELLAS	91
7.3.	Anexo 3 Revisión de Prensa.....	93
7.3.1.	Carta Gantt seguimiento de prensa.....	93
7.3.2.	Notas recopiladas.....	93
7.4.	Propuestas gráficas.....	103