



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