

Grupo 3

Estrategia Comunicacional

Taller de Diseño en Comunicación Visual VII

Profesores: María de los Ángeles Ferrer - Danny Micin

Ayudante: Ana Figueroa

Daniela Durán - Javiera Martínez - Mónica Vicencio

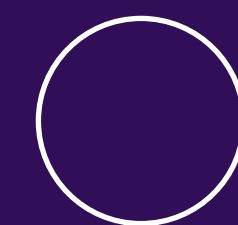
Bryan Torres - Rúben Cortes - Italo Vergara

La Comuna de Los Andes posee un total de 66.708 habitantes, de los cuales 33.289 son hombres y 33.419 son mujeres (Biblioteca del Congreso Nacional, Reportes Comunales, 2017).

Tabla comparativa de total de población, comuna de Los Andes.

Unidad Territorial	Población total 2002	Población total 2017	% de Varia
Los Andes	60.198	66.708	10,81

Fuente: Elaborado a partir de los resultados arrojados por el Censo de población, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE)



Censo de población y vivienda (2017) en los Andes el primer grupo etario que predomina en la zona es de 45 a 65 años, con un 24%, seguido del segundo grupo 15 a 29 años, con un 23%.

Tabla de distribución de la población, por rangos estario, comuna de Los Andes.

Rango de edad	Total	Distribución por grupos de edad
0 a 14	13.270	20,05
15 a 29	14.814	23,37
30 a 44	14.273	21,05
45 a 64	16.327	24,13
65 ó más años	8.024	11,40

Elaborado a partir de los resultados arrojados por el Censo de población, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), Biblioteca del Congreso Nacional (BCN)





Canales de Televisión

- Bío-Bío TV
- Uchile TV 10.2
- Canal 29 Tateti
- TV Educa Chile
- Canal 4 UCV TV S.A.
- Canal Vale televisión 25.1
- Girovisual HD1, HD2, HD3
- Nuevo tiempo SD1, HD1, SD2

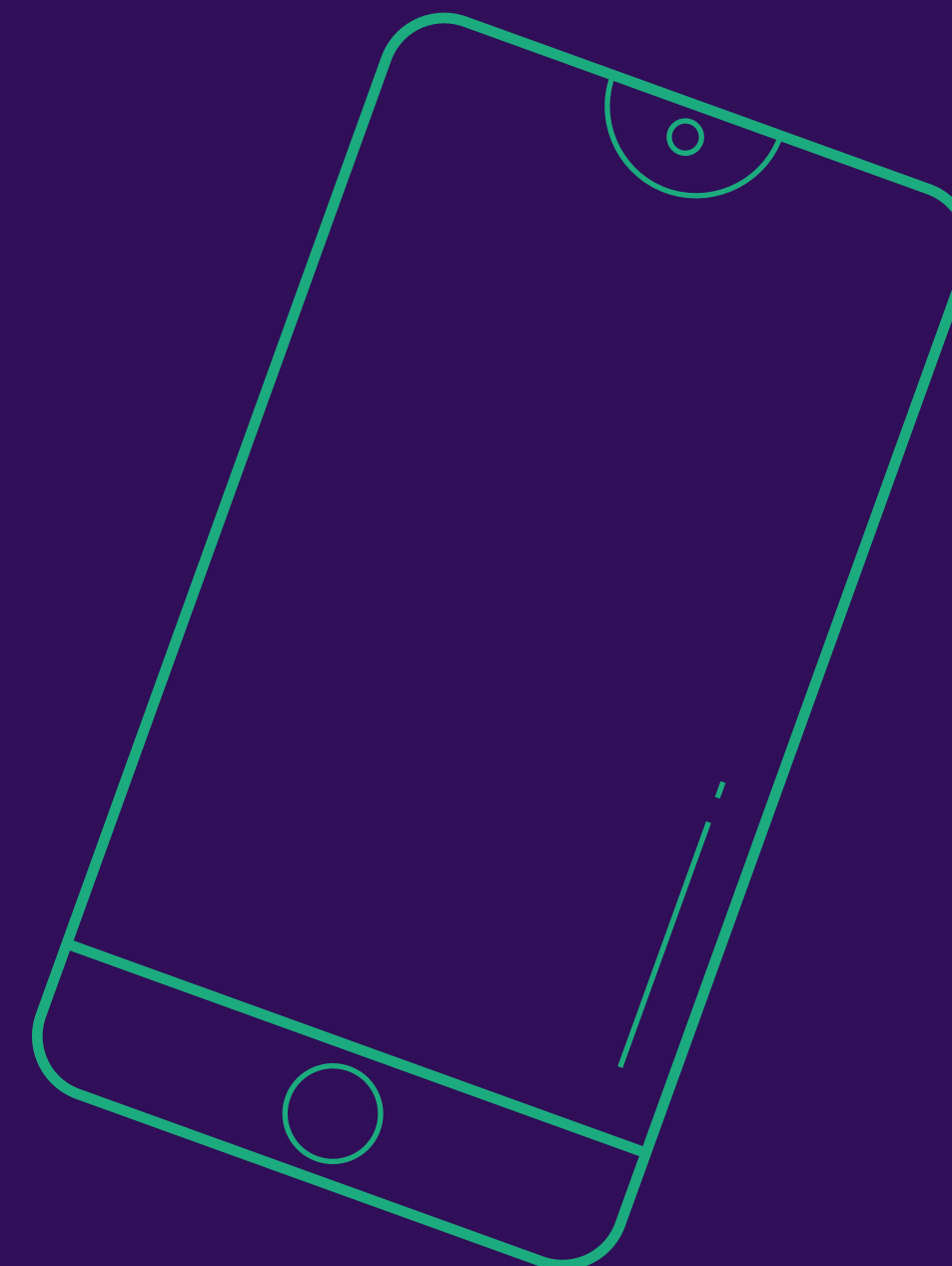
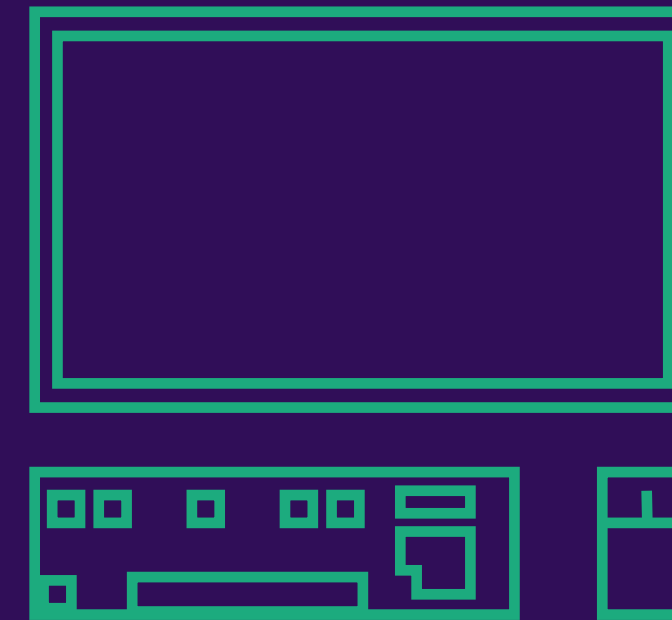


Diarios

- Diario El Andino
- Diario Los Andes
- El Mercurio de Valparaíso
- La Estrella de Valparaíso
- Diario El Observador



- Web**
- Diario El Matutino
- Diario El Día
- Páginas de internet

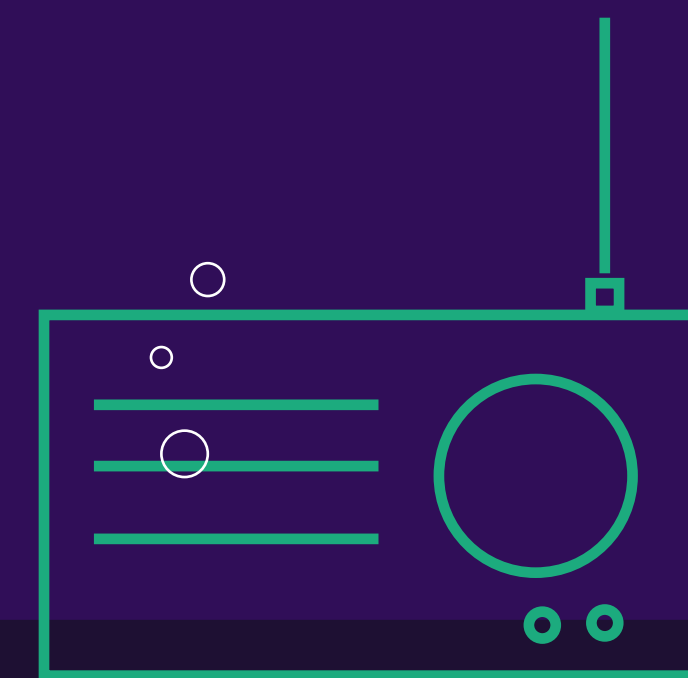


Redes Sociales

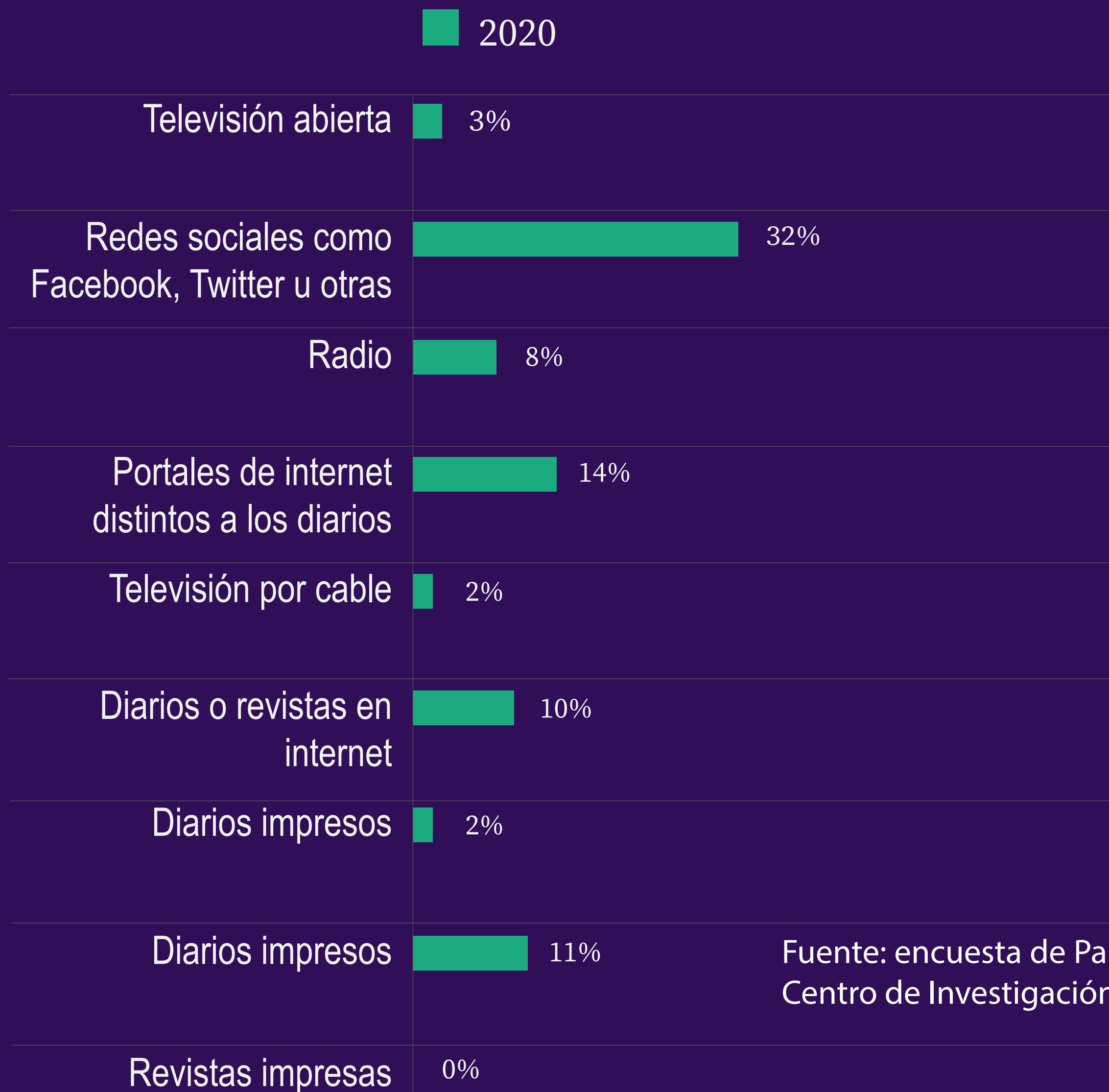
- Facebook
- Twitter
- Youtube
- Instagram
- Whatsapp

Emisoras de Radios Locales

- RockStaroline
- Radio Buena Onda
- Radio Kayros
- FM Okey
- Radio Los Andes
- Radios Azul
- Radio Lovely
- Radio Más Música
- Radio Conquistame
- Radio Transandina
- Radio Superandina



¿Cuál es el medio de comunicación en el que tu más confías?

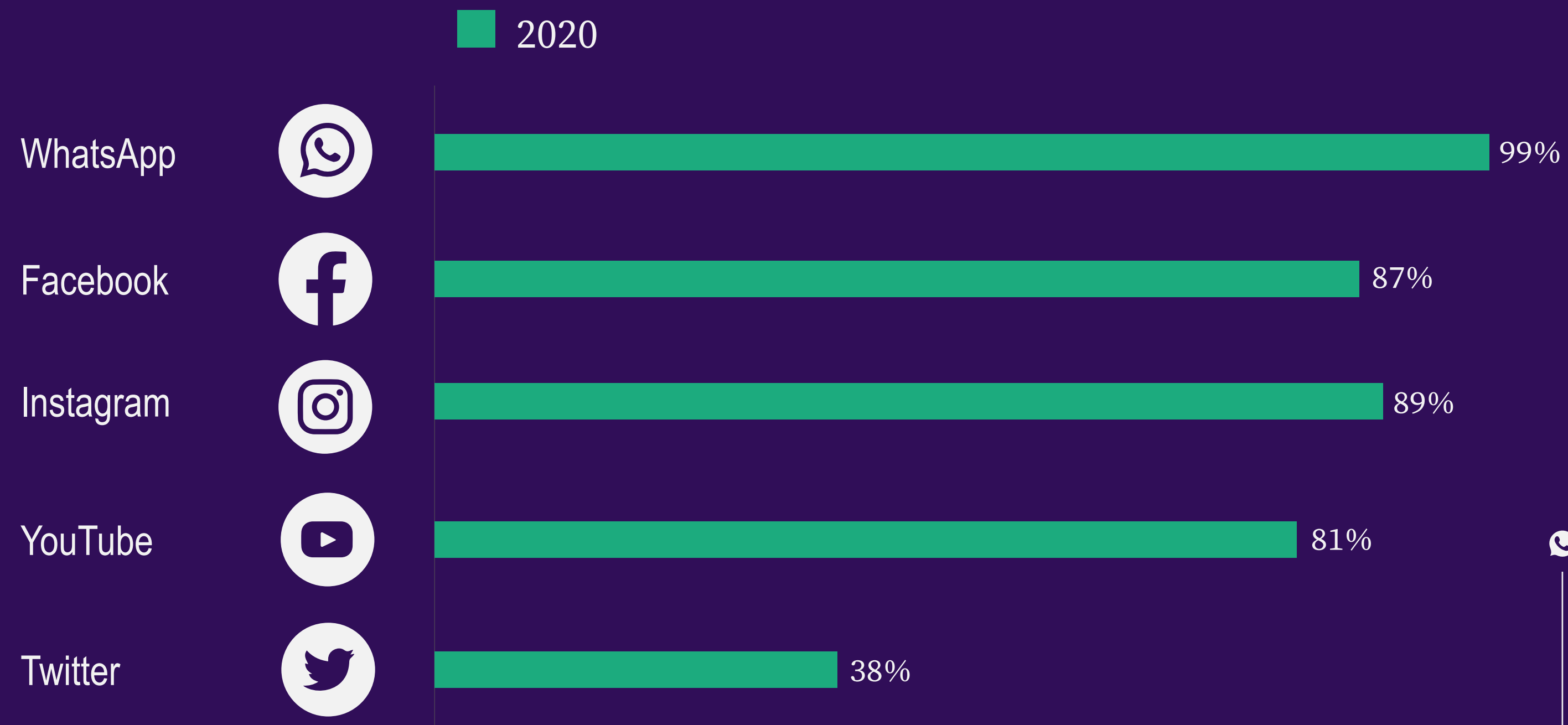


Fuente: encuesta de Participación, Jóvenes y Consumo de Medios del Centro de Investigación en Comunicación, Literatura



El Medio de comunicación más Confiable para el Público Adulto Joven (18 a 30 años), son las Redes Sociales Como Facebook, Twitter, Instagram u otras. En segundo lugar se posiciona los Diarios y revistas web.

¿En cuál de los siguientes sitios de internet o aplicaciones estás registrado?

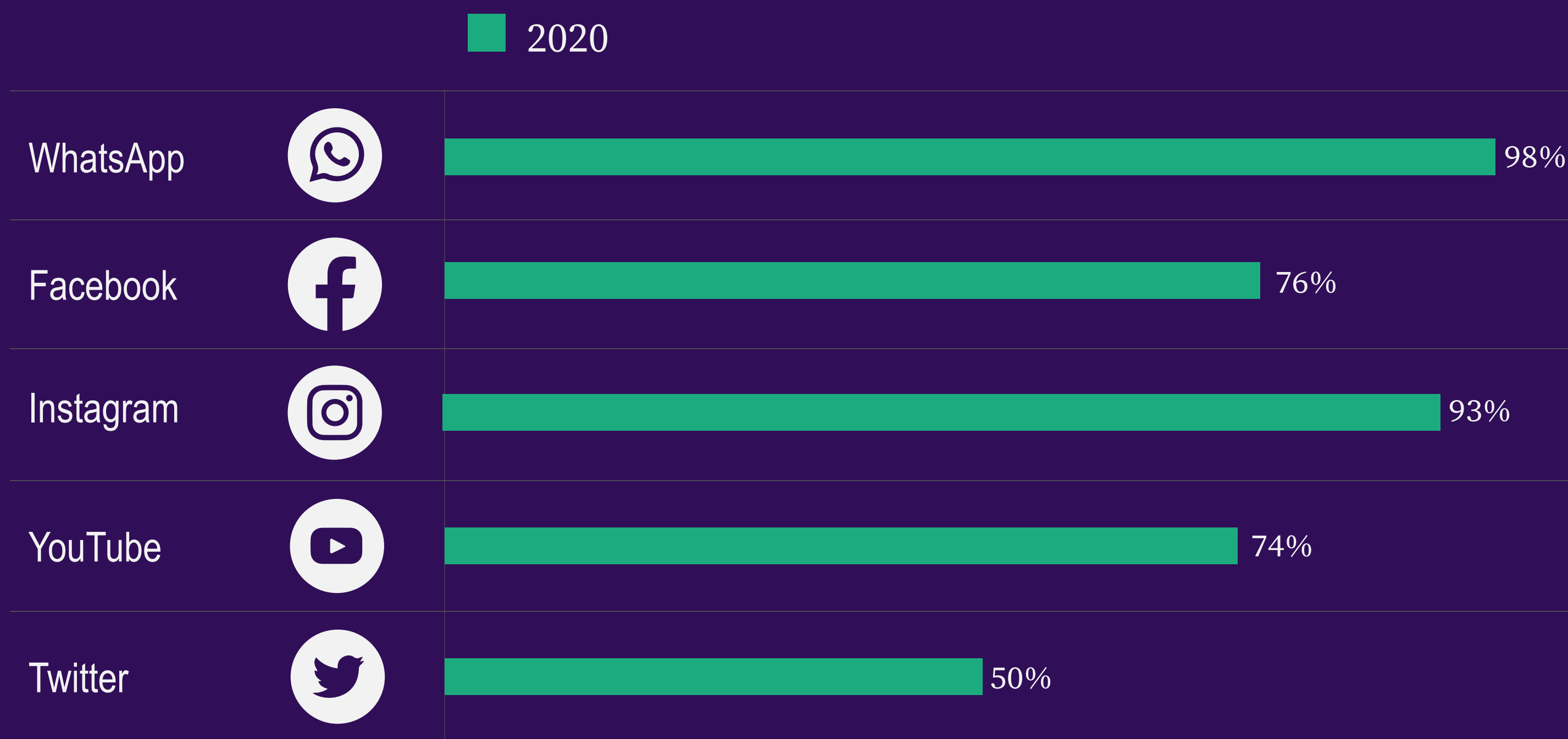


El gráfico muestra el nivel de usuarios pertenecientes a las redes sociales más usadas, siendo WhatsApp la aplicación con más usuarios registrados con un 99%, seguido de Instagram con un 89%.

Fuente: encuesta de Participación, Jóvenes y Consumo de Medios del Centro de Investigación en Comunicación, Literatura

¿Con qué frecuencia visitas los siguientes sitios o utilizas las siguientes aplicaciones?

(Solo quienes están registrados en los sitios: alternativas “todos los días”)



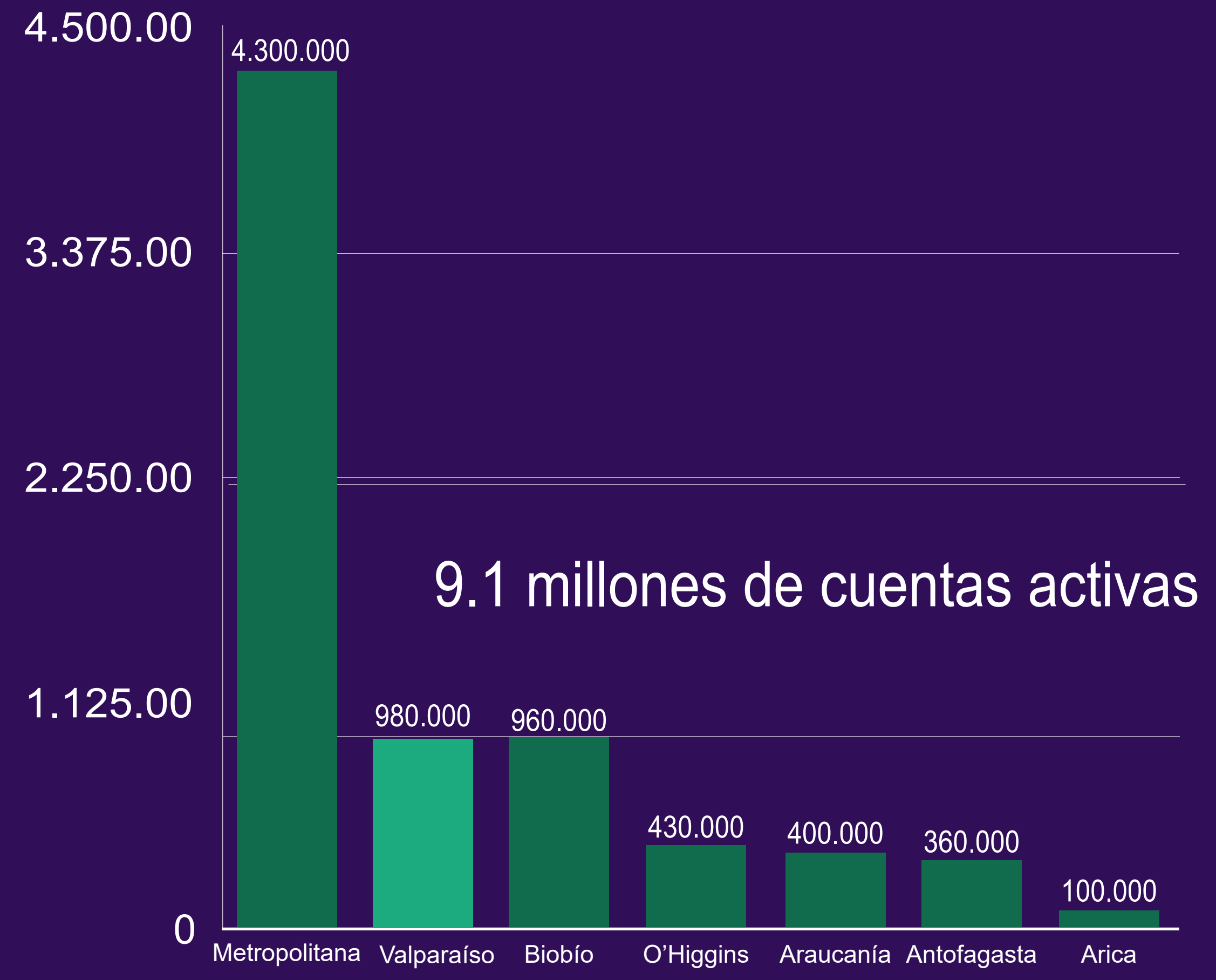
El siguiente gráfico muestra el porcentaje de visitas de los usuarios, por aplicación, siendo el primer lugar whatsapp con 98%, segundo lugar Instagram con un 93% y el tercer lugar Facebook con 76%.

Fuente: encuesta de Participación, Jóvenes y Consumo de Medios del Centro de Investigación en Comunicación, Literatura



El 980.000 personas en Valparaíso tienen cuentas Activas en Instagram.

Fuente: Estadísticas de instagram de chile- M20 soluciones.



Porcentaje de usuarios de internet, (por Región)

Región	Año 2013	Año 2015	Año 2017	Año 2020
Arica y Parinacota	65,1%	71,7%	72,3%	75,3%
Tarapacá	63,8%	73,4%	76,4%	80,5%
Antofagasta	69,1%	76,7%	79,9%	83,1%
Atacama	57,5%	68,4%	67,4%	72,4%
Coquimbo	53,9%	62,7%	65,3%	69,1%
Valparaíso	61,2%	68,0%	73,7%	79,9%
Metropolitana	64,0%	72,3%	79,4%	87,5%
O'Higgins	51,2%	59,0%	63,1%	66,6%
Maule	42,8%	52,3%	61,8%	74,8%
Ñuble	S/I	S/I	59,9%	64,8%
BioBío	52,0%	61,1%	69,6%	75,8%
La Araucanía	45,8%	54,3%	63,8%	75,6%
Los Ríos	50,0%	60,9%	63,3%	67,2%
Los Lagos	50,5%	60,1%	67,1%	71,9%
Aysén	60,2%	71,2%	73,6%	77,5%
Magallanes	69,1%	75,1%	80,2%	85,8%

Fuente: País digital 2020

Tramo Eterio	Porcentaje de usuarios de internet en Chile			
	Año 2013	Año 2015	Año 2017	Año 2020
5 a 9 años	64,1%	68,4%	73,4%	80,2%
10 a 14 años	88,5%	89,6%	89,1%	90,8%
15 a 19 años	89,8%	93,6%	94,2%	96,3%
20 a 24 años	84,2%	91,4%	94,5%	98,3%
25 a 29 años	79,6%	89,7%	93,7%	98,9%
30 a 34 años	72,2%	85,0%	91,4%	98,8%
35 a 39 años	65,7%	79,3%	88,5%	96,5%
40 a 44 años	56,4%	71,7%	82,8%	91,8%
45 a 49 años	48,2%	62,4%	76,5%	85,2%
50 a 54 años	39,2%	53,8%	67,7%	76,7%
55 a 59 años	34,1%	45,5%	59,4%	70,8%
60 a 64 años	26,4%	36,9%	49,6%	60,7%
65 a 69 años	17,5%	26,6%	37,1%	47,7%
70 a 74 años	13,0%	18,5%	26,4%	43,2%
75 a 79 años	7,2%	12,2%	17,4%	24,3%
80 o mas años	4,9%	6,5%	9,8%	18,1%

Fuente: País digital 2020

Población total



19.16
Millones

Urbanización:
87.8%

Conexiones en celulares



25.31
Millones

Población:
132.1%

Usuarios de internet



15.78
Millones

Incidencia:
82.3%

Usuarios activos en redes sociales



16.00
Millones

Incidencia:
83.5%



Aunque por cada dispositivo se puede acceder a internet, el teléfono celular es el más usado por los chilenos para conectarse, generando el 57.8% del tráfico web registrado en el 2021, lo que implica un aumento del 34% con respecto al 2020.

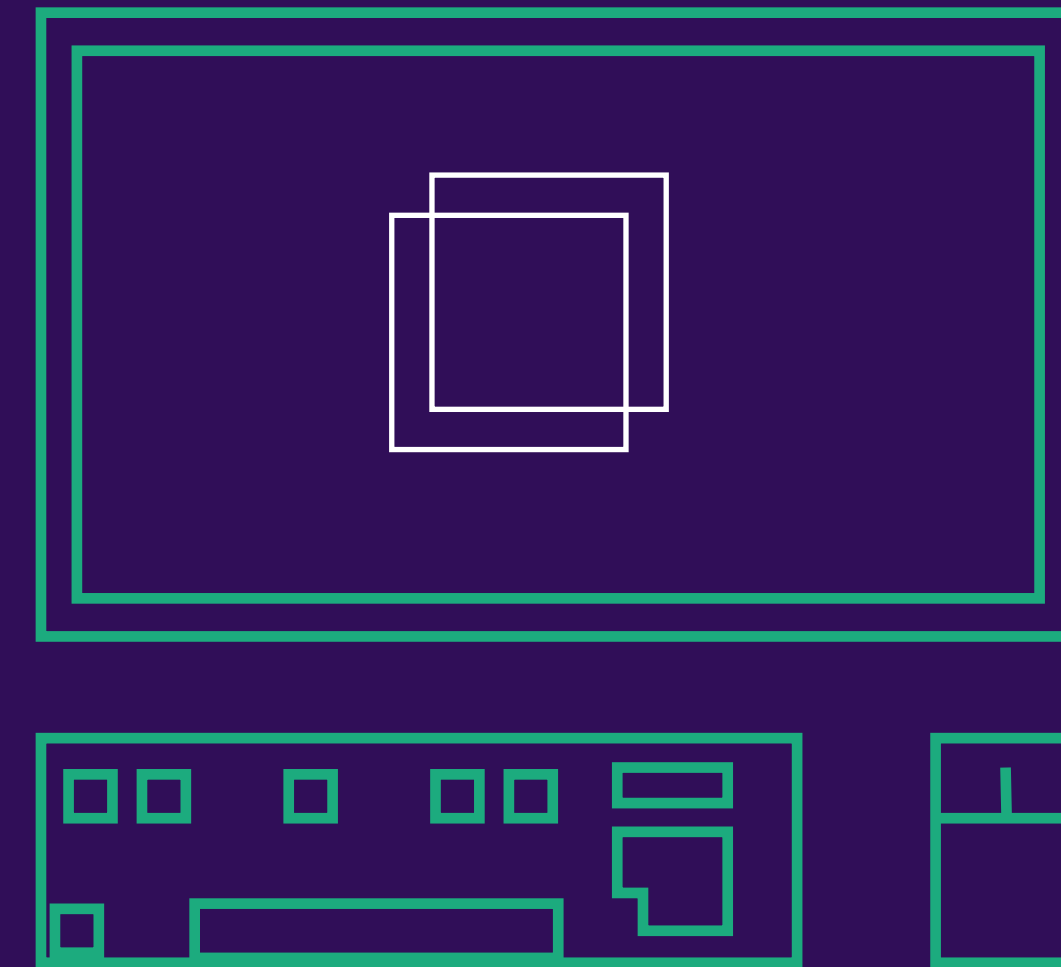
Los dispositivos desde los que se genera más tráfico web son: las laptops y PC con el 41%, (en el 2021 disminuyó su uso en un 26%), le siguen las tablets con 1.2% y otros dispositivos con 0.7%

Fuente: informe general global: digital chile 2021



Instagram: Es uno de los medios masivos usados por nuestro público objetivo, siendo 980.000 Usuarios de Instagram en la Región de Valparaíso. Razón que elegimos Instagram, por su versatilidad en el uso publicitario, siendo además una de las segundas redes con mayor credibilidad.

Página Web



El 80% de la población de Valparaíso es usuaria de Internet.

El 99% del Público Adulto Joven es usuario de Internet. Por lo tanto para el posicionamiento de la conmemoración, nos basaremos en una Página Web como medio de Comunicación Estratégico.



General:

Ser reconocidos como el único medio activo que conmemora la tragedia y así influenciar a la conexión activa de la comunidad de los andes.

Específicos:

- Ampliar los conocimientos del equipo, en cuanto redes sociales y páginas web.
- Crear un espacio que contribuye a la cultura.
- Comunicación activa y participativa con los usuarios
- Implementar mecanismos de seguimiento de visitas diarias, en la página web e Instagram
- Detectar los intereses de los adultos jóvenes, para la buena implementación del proyecto

General:

Valorar la conexión, el compañerismo y la calidez de las personas involucradas en la tragedia, otorgándole un foco más cercano y mucho más humano.

Debido a que la conmemoración actual, es poco coherente con el significado que existe tras el concepto de calidez humana, además los actores son poco re-conocidos, aun cuando fueron/son parte importante del suceso. Es fundamental mantener y destacar la memoria histórica para las generaciones adultos jóvenes.

Específicos:

- Informativa y participativa con los adultos jóvenes, sobre la tragedia de los Andes, por la relevancia de esta.
- Reconfigurar la conmemoración desde un proyecto que evoque nuestros conceptos.
- Fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad de Los Andes.

Conceptos

- Calidez Humana
- Compañerismo
- Conexión

Mensaje Central

Rememorar las historias de los trabajadores, que desde su espíritu humano, desempeñaban su labor diariamente. Valorando su compañerismo y calidez humana aún después de la tragedia. Con ello crear una conciencia trascendente a las generaciones futuras .

Mensajes claves para nuestro público objetivo

- Te queremos para conmemorar nuestra historia.
- Preservemos la memoria de la comunidad.
- Unidos recordamos el legado de los Libertadores.
- Valoremos lo que nos identifica como habitantes de los Andes.
- Memorar para recordar y traer al presente a los Andinos

General:

Valorar la conexión, el compañerismo y la calidez de las personas involucradas en la tragedia, otorgándole un foco más cercano y mucho más humano.

Específicos:

- Informativa y participativa con los adultos jóvenes, sobre la tragedia de los Andes, por la relevancia de esta.
- Reconfigurar la conmemoración desde un proyecto que evoque nuestros conceptos.
- Fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad de Los Andes.

Comunicacional

Corporativo

Objetivos

Soporte Digital

General:

Ser reconocidos como el único medio activo que conmemora la tragedia y así influenciar a la conexión activa de la comunidad de los andes.

Específicos:

- Ampliar los conocimientos del equipo, en cuanto redes sociales y páginas web.
- Crear un espacio que contribuye a la cultura.
- Comunicación activa y participativa con los usuarios
- Implementar mecanismos de seguimiento de visitas diarias, en la página web e Instagram
- Detectar los intereses de los adultos jóvenes, para la buena implementación del proyecto

Canal de Difusión

Instagram

Página Web

Medios

- Relatos Audiovisuales
- Ilustraciones
- Banners
- Fotografías
- Prensa
- Testimonios

- Medios
- Publicidad
 - Publicaciones
 - Historias
 - Fotografías

- Calidez Humana
- Compañerismo
- Conexión

Estrategia Comunicacional

Conceptos

Mensajes Claves

- Te queremos en nuestra historia, para conmemorar .
- Preservemos la memoria de la comunidad.
- Unidos recordamos el legado de los Libertadores.
- Valoremos lo que nos identifica como habitantes de los Andes.
- Memorar para recordar y traer al presente a los Andinos

Público Objetivo
18- 30 años

1. Previo a la Publicación:

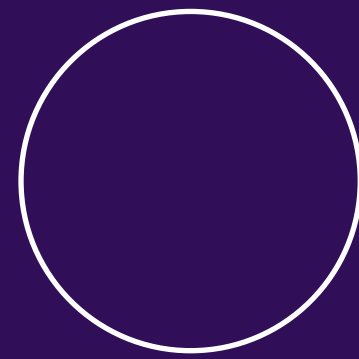
- Levantamiento y selección de información
- Construir un relato indicado para comunicar a nuestro público Adulto Joven
- Elecciones de diseño
- Crear secciones del contenido para cada soporte web

2. Creación de Medios Digitales:

- Creación de medios digitales como soporte
- Clasificación de información relevante para publicar. (fotografías, documentación histórica y testimonios de la tragedia)
- Crear nuevas publicaciones semanales, contemplando el interés de la historia de la comunidad.

3. Mantenimiento de los Canales:

- Evaluar posicionamiento página web
- Monitoreo mensualmente de la página web y el contenido en instagram, con el adulto joven.



Piezas Gráficas

Material Audiovisual
Fotografías - ilustraciones
Producciones audiovisuales
Diarios de la Época

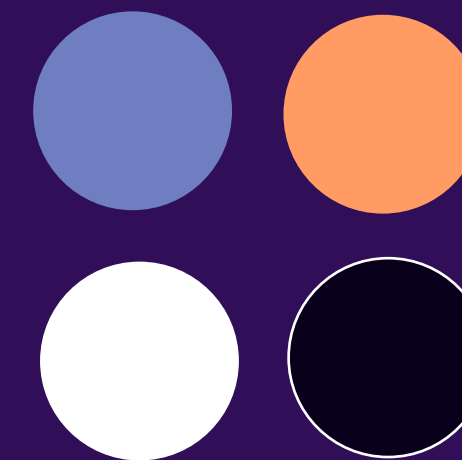
Instagram

Para difundir nuestra Página Web

Página web

Entrega información de la tragedia de los libertadores.

Colores



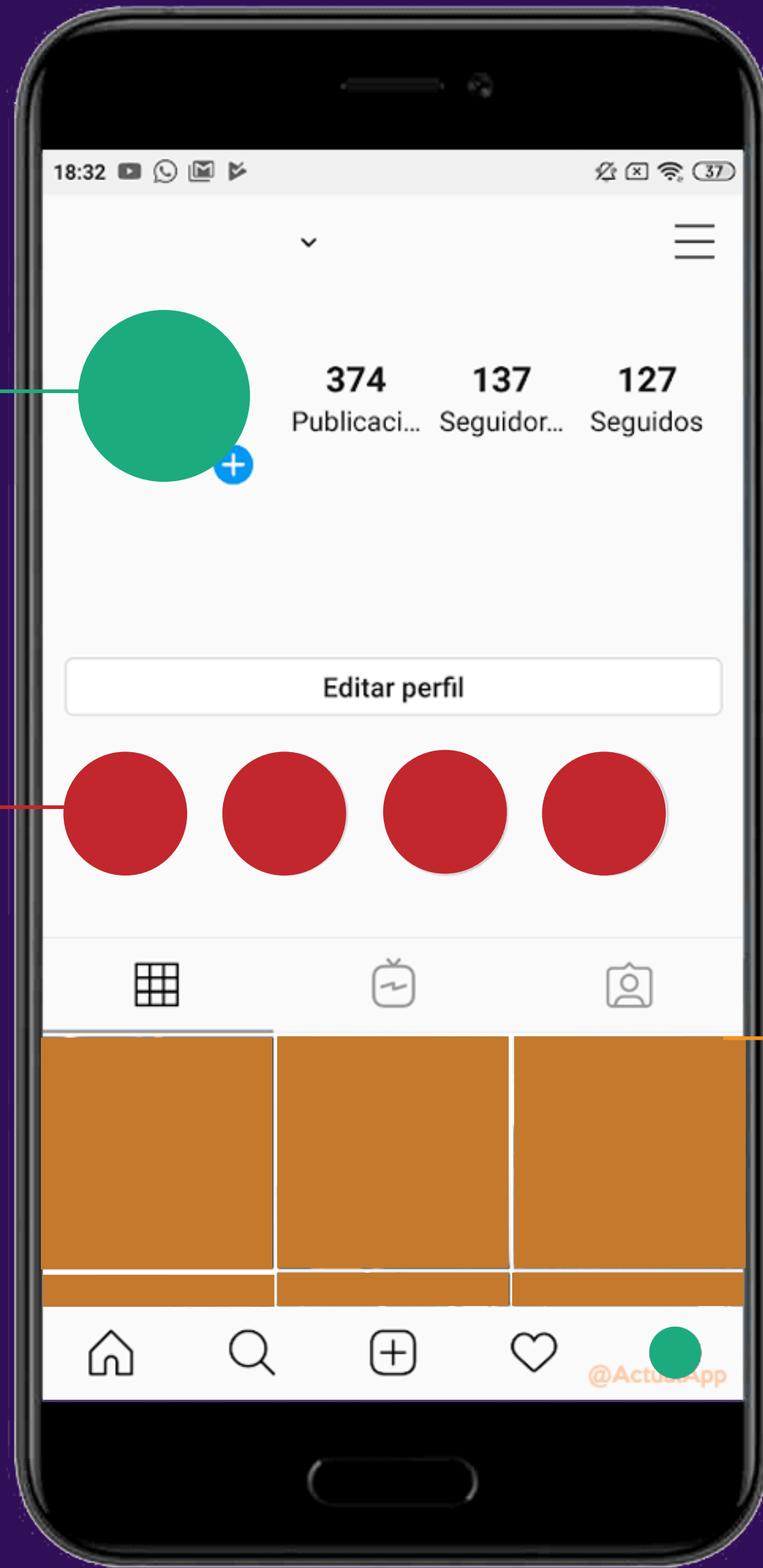
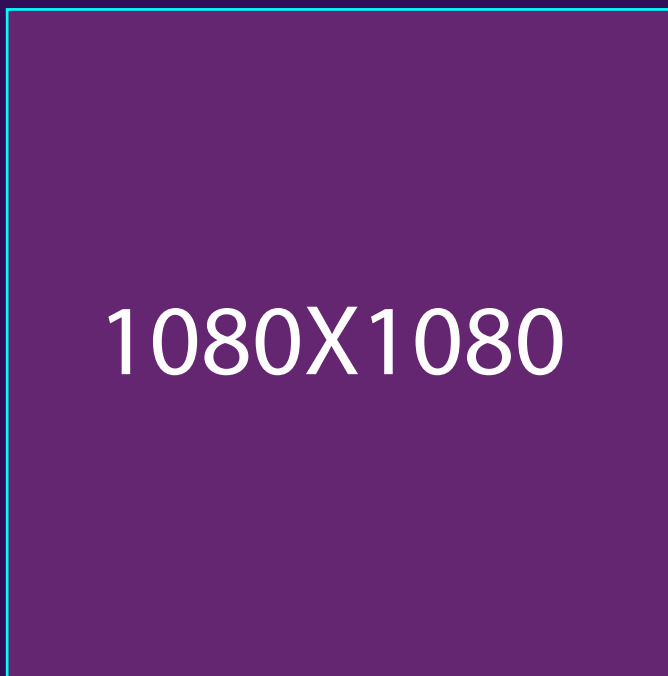
Tipografía

Texto Egyptian y
Título Edicia, serif.

Soporte

Instagram y página web

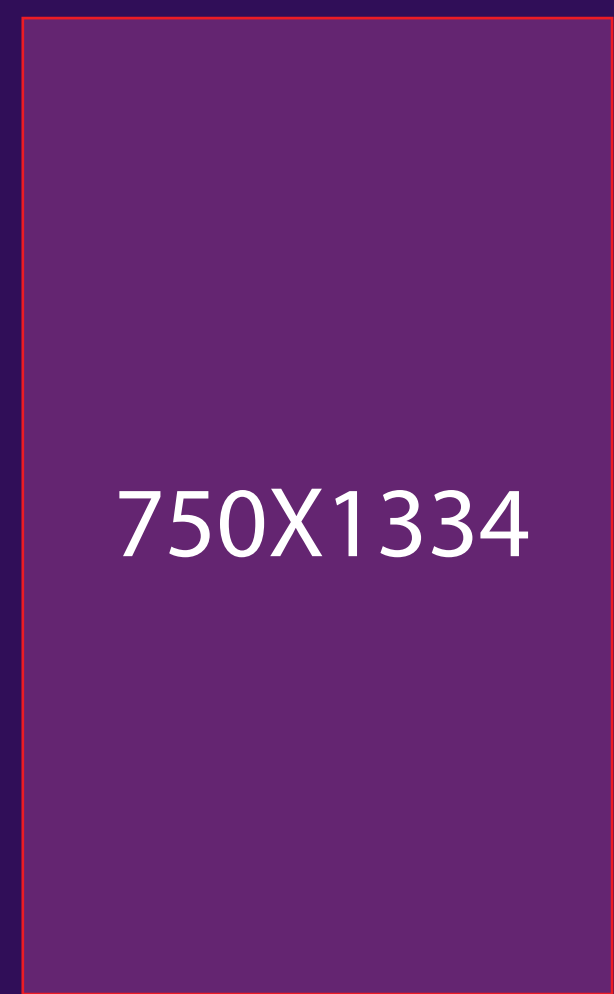
Logo del proyecto
Vectorizado, para mayor legibilidad.



Fotografías y Relatos
Con Mensajes claves para persuadir a nuestro publico objetivo, para que visite la página web



Historias
Invitaciones audiovisuales a nuestra página web, en un tono persuasivo



1.-Los Andes Querido
(Contexto histórico y Demográfico)

2.-Memoria de Los Libertadores
(Contexto y funcionamiento del
Ex Paso Los Libertadores, fotografías,
reconstrucción visual
del Paso)

3.-Blanca Tragedia
(Tragedia, sobrevivencia, rescate)

4.-Luces de Esperanza
(Historias destacadas, sobrevivientes y héroes)

5.-Momentos
(Testimonios de sobrevivientes y familia)

6.-Cristo Redentor
(Paso Fronterizo Nuevo, Actualidad)

#Comparte tu memoria (en instagram)

Mediante:

Material Audiovisual

Fotografías - ilustraciones,

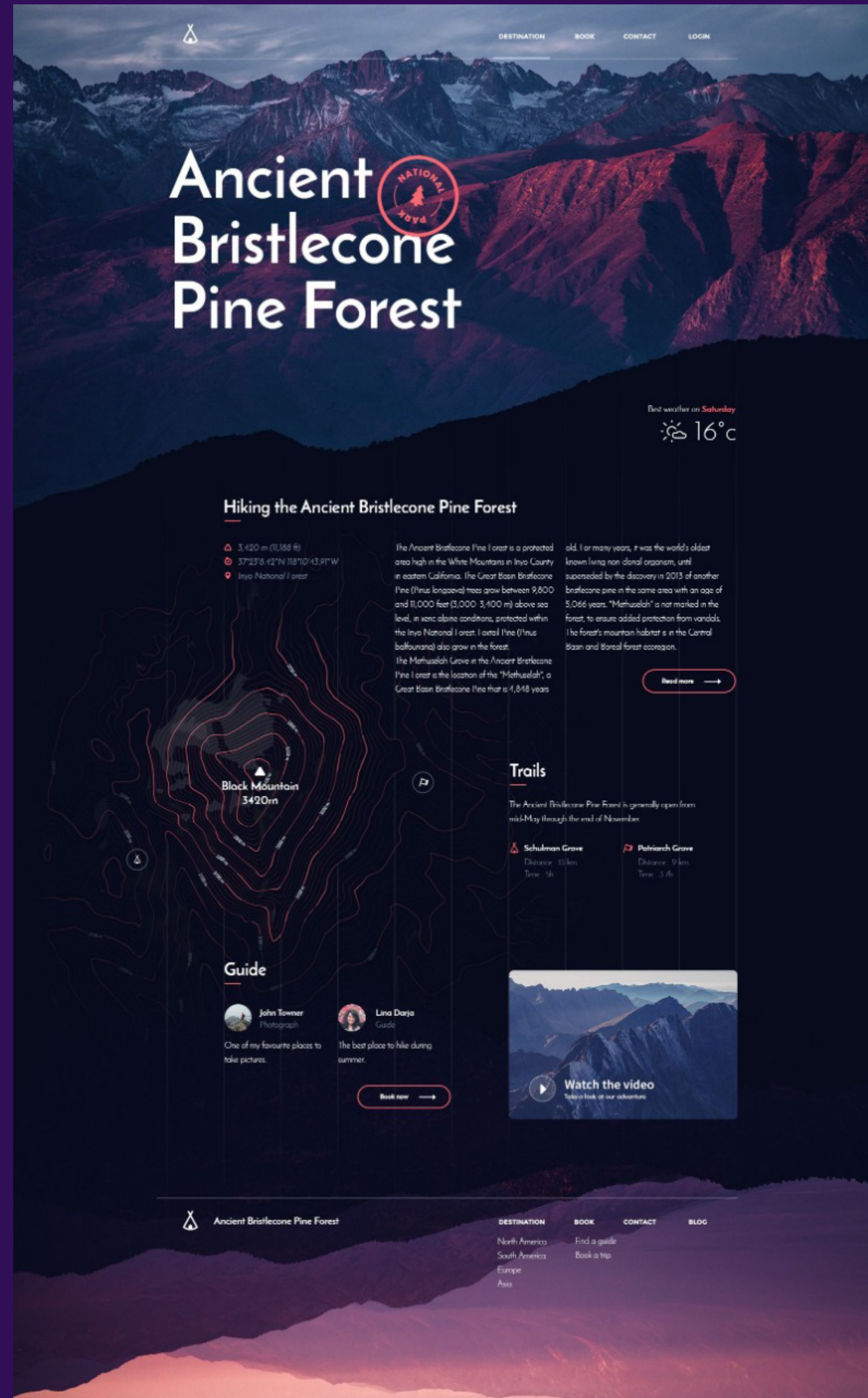
Producciones audiovisuales,

Diarios de la Época,

1980X1080

Unidos recordamos el legado de los Libertadores





Página Web

