



Universidad Tecnológica Metropolitana  
Facultad de Humanidades y Tecnologías de la Comunicación Social  
Escuela de Diseño  
Diseño en Comunicación Visual

# ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

---

Integrantes

Inés Camus – Jean Higuera – Mauricio Salazar – Verónica Pérez – Francisca Pérez

Profesores: María de los Ángeles Ferrer – Danny Micin  
Ayudante: Ana Figueroa

# Público objetivo

## VIAJEROS:

Nivel de interés: Alto/moderado.

Turistas y pasantes ocasionales de 30 a 40 años que pertenezcan a la clase C3 y C1a

Características:

- Hedonismo.
- Interiorización de protagonismo.
- Preocupación ante la monotonía.

Se inclina a la investigación mediante medios digitales.

# Descripción del contexto comunicacional

El contexto comunicacional en los medios informativos siempre se está trabajando desde la contingencia y la novedad de los hechos, tanto a nivel local como a nivel foráneo. Sin embargo, la información exhibida al espectador dependerá de la jerarquía del sector. Es decir, si la ciudad o poblado tiene una notoriedad o importancia en el país, está pondrá en su horizonte el ámbito local y el ámbito internacional, mientras que un poblado más reducido estará más enfocado en su entorno por la inmediatez que tendrá con el hecho y la necesidad de proporcionar información confirmada a través de fuentes oficiales.

# ¿Cuáles son los canales de comunicación activos para la comunidad?

La población más conservadora se informa frecuentemente por canales oficiales de prensa, ya sea por radio, televisión y periódicos. Mientras que los medios digitales atraen un público activo mayoritariamente joven, como también un público maduro que tenga un cierto conocimiento sobre la tecnología.

## MEDIOS CONVENCIONALES

- “EL ANDINO” El diario de Los Andes
- Canal VTV (Televisión de Los Andes)
- Emisoras de Los Andes
- Medios de comunicación externos

## MEDIOS DIGITALES

- Redes sociales cibernéticas
- Plataforma de emisoras online (Radio y TV)

# ¿Cuáles son los canales a utilizar?

## Redes sociales virtuales

- Facebook
- Instagram
- Twitter

## Diario digital

- El Andino

Según diversos estudios sobre el uso de las redes sociales, estas se han visto en un aumento considerable durante el 2019 y 2021. Es por eso que vemos cómo este recurso como un factor positivo o beneficioso para nuestro proyecto.

Con el fin de encontrar un espacio que tenga participación activa de nuestro público objetivo, nos centraremos en estas cuatro mencionadas en un costado, ya que cumple con nuestros objetivos específicos. los cuales buscan una participación activa grupal o individual, un espacio abierto para el diálogo y masificación de la información local, como externa.

# FODA

## FORTALEZAS

Antecedentes generales del desastre de Los Libertadores.  
Documental con información detallada de 3 héroes.  
Conocimiento de referentes con tono conmemorativo cercanos con nuestro proyecto. Información acerca de los canales físicos y virtuales de la localidad.

## DEBILIDADES

Dificultad en el acercamiento con los usuarios (público objetivo). Información insuficiente acerca de quienes cuentan con acceso y uso de internet. Tiempos. Falta de información acerca de los 5 héroes restantes\*.

## OPORTUNIDADES

Innovar desde el desconocimiento colectivo del suceso.  
Integrar un diseño más inclusivo, para abarcar a un público más grande que solo los viajeros. Por la situación sanitaria, utilizar el desarrollo y diseño web, proponer ideas gráficas interactivas para el usuario. Uso de herramientas TICs.

## AMENAZAS

Que el usuario no se maneje en lo digital, redes sociales, o no sepa de los canales de comunicación activos en internet. Mala gestión de la difusión. Condiciones climáticas y sanitarias. Dificultad para contactarse con el usuario. Señal deficiente según la localización.

# Definición de objetivos. ¿Qué comunicar?

## Foco conmemorativo actual:

Mártires; dimensión física y ritual.

- Evoque constante a la tragedia.
- Poca visibilización o alcance.
- Preservación dependiente de los involucrados.
- Héroes como eslabón invisibilizado.

## OBJETIVOS:

Reinterpretar el foco conmemorativo.



Caracterizar la identidad del evento.



Visibilizar.



Dar el reconocimiento que merecen.

**H  
É  
R  
O  
E  
S**

# Caracterización de objetivos

Caracterización de identidad en contraposición del evoque a la tragedia: “Mensaje negativo/mensaje positivo”

Visibilizar en torno a hacer de los canales de información de la historia más robustos y accesibles.

Heroísmo como concepto atractivo, innovador en relación con su contexto y fácil de evocar.

Cambiar el foco de atención desde los 27 mártires a los héroes (8 identificados de momento)

Interpretar un suceso de interés particularizado a uno de bien cultural en torno a la preservación.

# Estrategia comunicacional

## **Conceptos:**

- Conmemoración
  - Heroísmo
  - Patrimonial
  - Inclusividad.
- 

## **Mensajes claves:**

Rememorar la tragedia haciendo énfasis en los Héroeos.

Lograr la inclusividad para visibilizar y difundir el hecho ocurrido a turistas chilenos y extranjeros.

# Estrategia comunicacional

## Plan de medios:

### Virtuales:

Redes sociales y páginas web del paso internacional los libertadores:  
Red social y página web de el diario “el andino”

Facebook  
Instagram  
twitter

### Lugar físico:

Paso internacional Los Libertadores  
Municipalidad de Los Andes  
Plaza Los Andes

Para publicar  
nuestro proyecto  
redirigiendo a:

Redes sociales y página web del  
proyecto que sea inclusiva.

Ilustración y trípticos.

# ¿Como vamos a tener presencia en los medios virtuales?

## Virtuales:

- Redes sociales y páginas web del paso internacional los libertadores.

- <https://twitter.com/CFLosLibertador>

- <http://www.pasosfronterizos.gov.cl/>

- Red social y página web de el diario “el andino”

- <https://www.elandino.cl/>

- <https://www.facebook.com/diarioelandino/>

- Municipalidad de zona

- <http://www.losandes.cl/>

- Redes sociales y página web del proyecto que sea inclusiva.

- *utilizacion de Instagram, Facebook, Twitter.*

Banner estático y  
promocionales en  
páginas web

Página web  
conmemorativa e  
informativa que incluye el  
proyecto completo: slides,  
ilustración, tríptico.

Alternativa de soporte: publicación  
secuencial para instagram.

# Páginas web y Redes sociales



10:37

Gobernación Los Andes

**CF Los Libertadores**  
@CFLosLibertador

Paso Los Libertadores Ruta 60CH SICR.  
Coordenadas Latitud Sur 32° 49' - Longitud Oeste 70° 04'. informaciones NCFLL 6000061990

Valparaiso, Los Andes  
[gobnacionlosandes.gov.cl](http://gobnacionlosandes.gov.cl)

Joined August 2012

259 Following 144K Followers

Not followed by anyone you're following

Tweets Tweets & replies Media Likes

**CF Los Libertadores** @CFLosLib... · 2d : Se informa que a contar de las 14:30 hora de Chile y 15:30 hora Argentina, se habilita Sistema Integrado Cristo Redentor, para tránsito de cargas.

**CF Los Libertadores** @CFLosLib... · 4d : Buenas tardes: A contar de las 16:00 hora de Chile y 17:00 hora Argentina, se procede al cierre Sistema Integrado Cristo Redentor, encarchillando y bajas



10:40

Diario El Andino de Los Andes

# EL ANDINO

El Diario de Los Andes

Diario El Andino de Los Andes  
Media/news company

Hi! Please let us know how we c...  
28,914 people like this

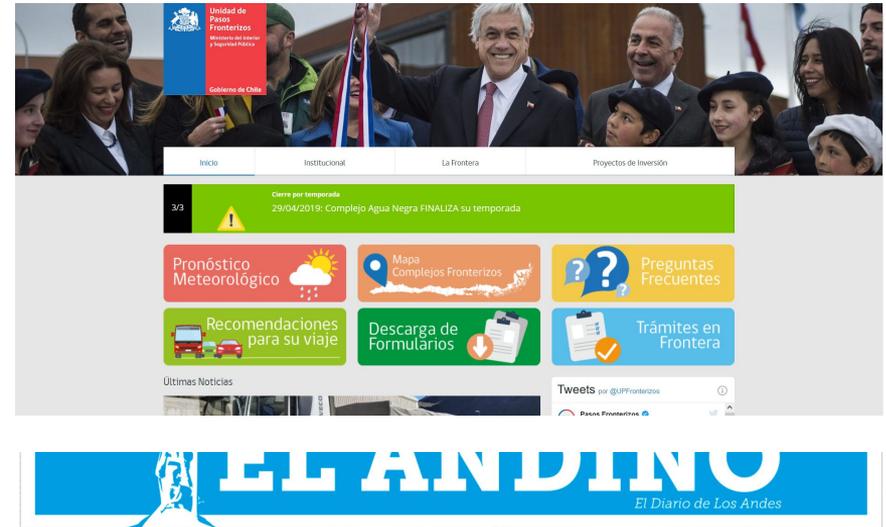
ne About Photos Reviews Posts Community

**Diario El Andino de Los Andes**  
8 h

Con una solemne ceremonia realizada en el Liceo Max Salas Marchán, reducida en aforo por la crisis sanitaria, se realizó la ins... See more



ELANDINO.CL



Unidad de Planificación Fronterizas  
Ministerio de Interior y Seguridad Pública  
Gobierno de Chile

Inicio Institucional La Frontera Proyectos de Inversión

Cierra por temporada  
29/04/2019 - Complejo Agua Negra FINALIZA su temporada

Pronóstico Meteorológico Mapa Complejos Fronterizos Preguntas Frecuentes

Recomendaciones para su viaje Descarga de Formularios Trámites en Frontera

Últimas Noticias Tweets por @UPFronterizas

# EL ANDINO

El Diario de Los Andes



PORTADA PAPEL DIGITAL COMUNAS DEPORTES MINERIA COLUMNISTAS BOLSA DE TRABAJO

**CESFAM CENTENARIO CONTINÚA POTENCIANDO ENTREGA EN DOMICILIO DE PROGRAMAS ALIMENTARIOS A ADULTOS MAYORES**  
25 JUNIO, 2021

**GRUPO CHOFER SANTÍFAGO TRAS ESTRELLARSE CON LA PARTE POSTERIOR DE CAMIÓN EN PLENA COBREHUELA**  
25 JUNIO, 2021

**INVESTIGACIÓN PREVENTIVA PARA IMPUNITADOS POR BOBO DE 560 MILLONES SUIZOS**  
25 JUNIO, 2021

**SERVU ADVIERTE SOBRE ESTATA PARA POSTULAR A SUJETOS PROYECTOS HABITACIONALES DE SECTORES VULNERABLES**  
25 JUNIO, 2021

**TRÁMITE DE ARRESTO A PROVEDOR DE LA JUSTICIA CIVIL PUEDE CUMPLIR CONDENA POR ABUSO SEXUAL**  
25 JUNIO, 2021

El Andino - Lee Nuestra Última Edición

user\_name  
15 min

your text goes here #loremipsum #hashtag



Like Comment Share

Name Here @NameHere · 14h

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



539 543 15.9K

yourusername  
From USA



13 likes  
Lorem ipsum #instacool #sunny #relax #chill  
View All 3 Comments  
Add a comment...



PUBLICIDAD



**RANGE ROVER VELAR DARK EDITION**  
**DESDE 495 €/MES\***  
 RENTING 48 MESES. KM ANUALES: 15.000.

VER OFERTA

LAND ROVER ABOVE & BEYOND

VERIFICALO.CARRO.COM EN LA MONCLOA

**METEOLOGÍA** Consulta la previsión del tiempo para este puente festivo.

## Cataluña. Profesores denuncian que "es ilegal" flexibilizar los exámenes para facilitar la huelga

OLGA R. SANMARTÍN | Madrid

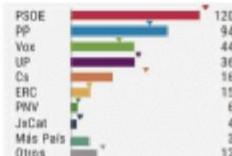


**Santiago Abascal. "No daré mi opinión sobre Franco; lo que pretende el Gobierno es deslegitimar la Corona"**

### Sanción. El PP acusa a Sánchez de ir "dopado" al 10-N por su uso electoral de La Moncloa

JUANMA LANET | Madrid

JEC. Sánchez se defiende



# Lugares físicos



Paso internacional los  
Libertadores



Municipalidad de los Andes



Plaza de armas de los Andes

# Paleta cromática



#141A25

#2C343D

#4E555A

#98A4AA

#F5C31F

# Acciones a realizar

1. Estudiar cómo caracterizar al evento (definición de concepto representativo).
  2. Filtrar la información.
  3. Búsqueda, selección y delimitación de los recursos gráficos (paleta cromática, tipografía, etc.) a utilizar.
  4. Desarrollar boceto del proyecto.
  5. Diseñar soportes físicos y digitales en consideración de sus distintos formatos.
  6. Comenzar con la difusión del proyecto en redes sociales y plataformas online
  7. Contactar a los medios de Los Andes en donde queremos ser parte y dialogar sobre nuestra propuesta.
  8. Realizar encuestas a las personas del público objetivo mediante Google Forms.
  9. Obtenidas las respuestas e información otorgada por las personas, analizarlas y reformular y/o convalidar con el avance del proyecto.
  10. Mostrar los avances a la comunidad y continuar hasta llegar al resultado final y aprobado.
  11. Lanzamiento del proyecto
-