**INFORME ASESORIA EXTERNA SENADORA ADRIANA MUÑOZ**

**FEBRERO DE 2018**

**PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA**

**Realizado: Pía Lecaros**

**Periodista**

**PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA**

Fortalecimiento de la imagen de la parlamentaria y sus potenciales votantes

La confianza y la credibilidad del parlamentario son dos elementos esenciales para conectarse con los ciudadanos. Esto se logra a nivel de las emociones, que son las que gatillan la acción y luego la explicación racional de los actos.

**CONFIANZA Y CREDIBILIDAD SON EL CENTRO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL**

En el marco de una estrategia de comunicaciones territorial es necesario integrar dentro de los elementos estratégicos de definición y fortalecimiento de la imagen de la parlamentaria los ejes de confianza y percepción de credibilidad dentro de una metodología que permita identificarlos y monitorizarlos en tiempo real para poder interactuar sobre los propios resultados y generar fortalezas, y sobre los resultados de los oponentes para identificar debilidades y construir ventajas competitivas.

Medir las emociones permite conocer que siente el elector frente a la figura parlamentaria

Las emociones tienen el potencial de desempeñar un papel ya sea positivo o negativo en el nivel de conexión entre el político con sus votantes.

2. Las emociones juegan un papel importante en los procesos de decisión de voto

3. Los ruidos entre la verbalización y la reacción emocional influyen en la percepción de credibilidad del político

A partir de los puntos clave citados anteriormente, existen etapas que deben ser implementadas en el marco de la estrategia.

1. Identificar el impacto emocional que experimentan frente a la parlamentaria

2. Identificar el patrón emocional en el elector

3. Identificar las emociones que se generan en el elector a partir del político

4. Identificar ruidos emocionales. (cuando el gesto facial no coincide con e discurso verbal)

Se trata de conectar emocionalmente con el elector y persuadirlo, más allá del discurso, por lo que se requiere de una estrategia que sitúe a la parlamentaria en un posicionamiento emocional que genere lealtad.

**IDENTIFICAR QUÉ QUIERE Y QUÉ CREE EL VOTANTE SON DATOS FUNDAMETALES PARA DESARROLLR UNA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EFECTIVA**

Para ello, es necesario trabajar en dos líneas: ENGAGEMENT(compromiso) e INTEGRIDAD.

. El engagement implica conocer lo que el votante quiere y la integridad lo que el votante cree (confianza).

PORQUE LO QUE DECIMOS Y LO QUE SENTIMOS NO SIEMPRE ES LO MISMO, por ello preguntar para intentar descubrir los elementos que generan los vínculos emocionales entre el candidato y los votantes, parece no ser la mejor idea. La investigación ha demostrado que las decisiones son en 85 % emocionales, por lo que preguntarle al cerebro cortex o racional sobre una decisión y acción gatillada por las emociones, no tiene sentido, porque no arroja la realidad.

Está comprobado que las decisiones se toman de manera subconscientes con lo que encontramos que los votantes responden a las entrevistas o focus group de una manera racional mientras la base de sus decisiones es emocional. Obviamente existe una diferencia entra la información que tenemos actualmente y la que realmente deberíamos tener para conseguir estrategias de posicionamiento efectivas.

**COMUNICACIÓN EFECTIVA BASADA EN LA NEUROCIENCIA**

En la gestión de la percepción de credibilidad existen 3 puntos clave:

1. Las emociones tienen el potencial de desempeñar un papel ya sea positivo o negativo en el nivel de engagement (compromiso) entre el político y sus votantes.

2. Las emociones tienen un rol importante en la decisión de voto

3. Los ruidos, o la incongruencia entre la verbalización y la reacción emocional influyen en la percepción de credibilidad

Implementación DE LA ESTRETAGIA

1. Identificar el impacto emocional que experimentan ante la parlamentaria

2. Identificar las emociones que genera la parlamentaria en el electorado

3. Identificar la intensidad de las emociones respecto del discurso

4. Identificar los ruidos emocionales entre el discurso y los gestos percibidos

La implementación de esta metodología de trabajo tiene como objetivo hacer que la parlamentaria se conecte con el ciudadano a nivel de las emociones para influenciar su decisión de voto.

La información recogida del trabajo en terreno nos dotará del conocimiento necesario sobre las variables emocionales discretas de felicidad, enfado, desagrado, miedo, tristeza, sorpresa y neutralidad.

**FASES DEL PROCESO PARA LEVANTAR LA ESTERTEGIA COMUNICACIONAL EFECTIVA**

FASE 1: Identificar el nivel de percepción de credibilidad de la parlamentaria respecto de sus potenciales competidores.

Mejorar la percepción de la parlamentaria, disponiendo de información basada en el conocimiento de la gestión emocional del opositor

FASE 2: Analizar el impacto emocional frente a los ciudadanos para realizar una comparativa entre quienes generan o logran una mayor interacción emocional positiva. Identificar el que mejor conecta con el ciudadano.