

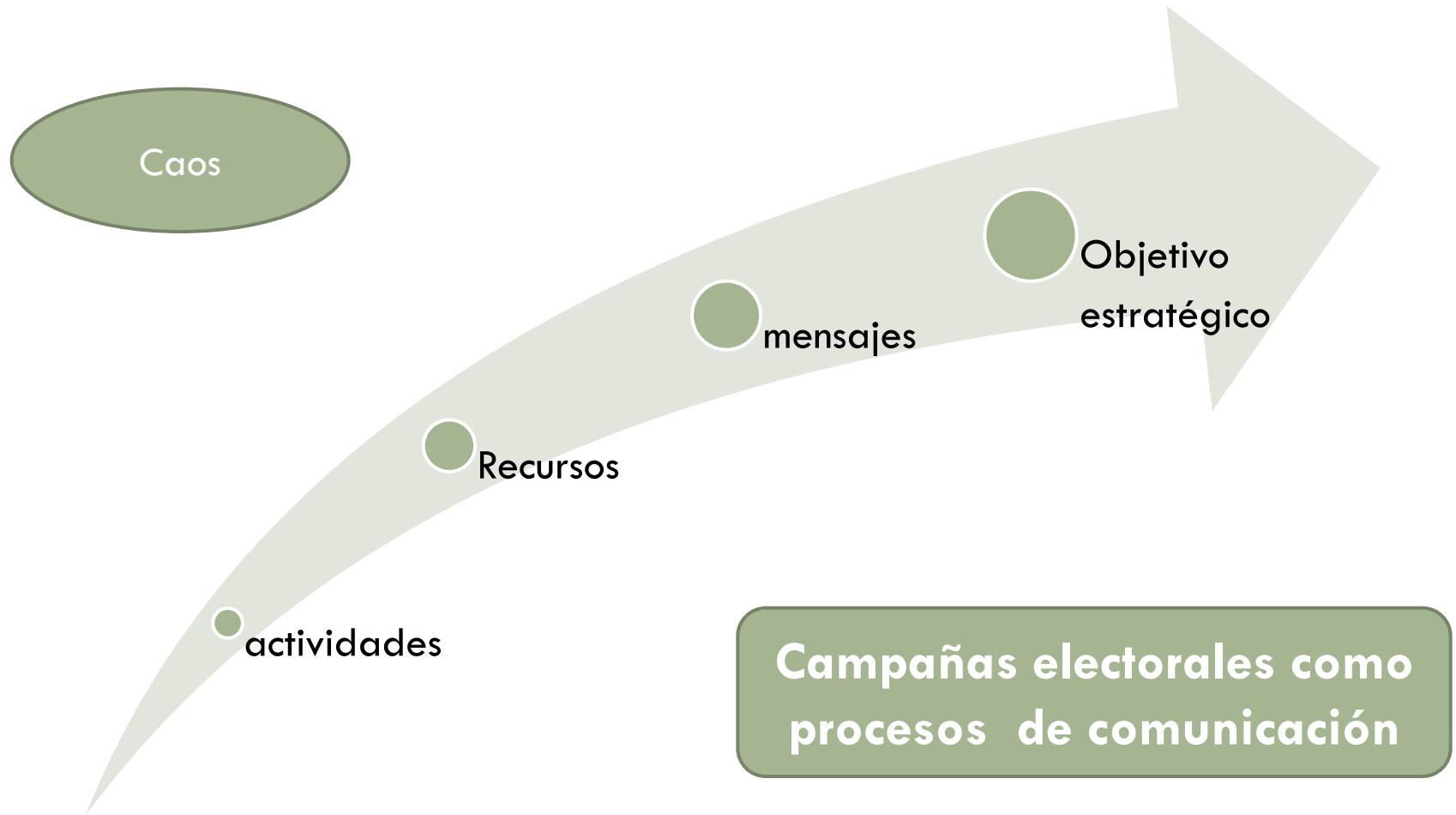
Talleres en estrategias de comunicación para planes de gobierno



Perfiles y audiencias en Piura

- Virna Valdivia
- Martha Vicente

Comunicación estratégica



Sentido estratégico: ¿cuál es mi objetivo?



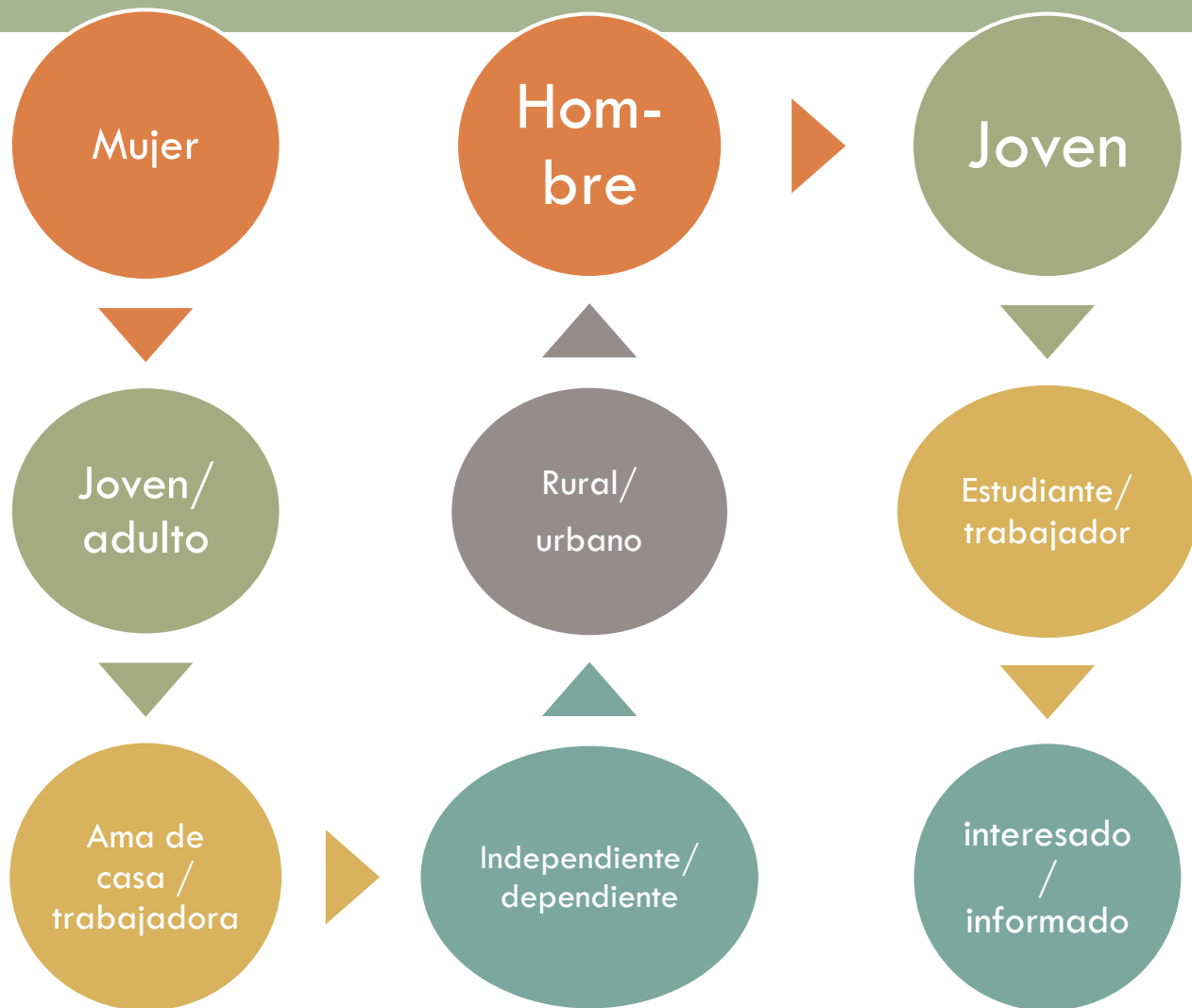
Primero...el diagnóstico

- Escenario político/electoral local
- Investigaciones (opinión pública)
- Perfil de los votantes (fieles, opuestos)
- Información socioeconómica
- Mapa de actores / cómo nos ubicamos
- Recuento de recursos
- Fortalezas / debilidades / oportunidades / riesgos (agrupación, candidato)
- Mapa de medios



¿quiénes somos?
¿dónde estamos?
¿a quién nos dirigimos?

Audiencias heterogéneas

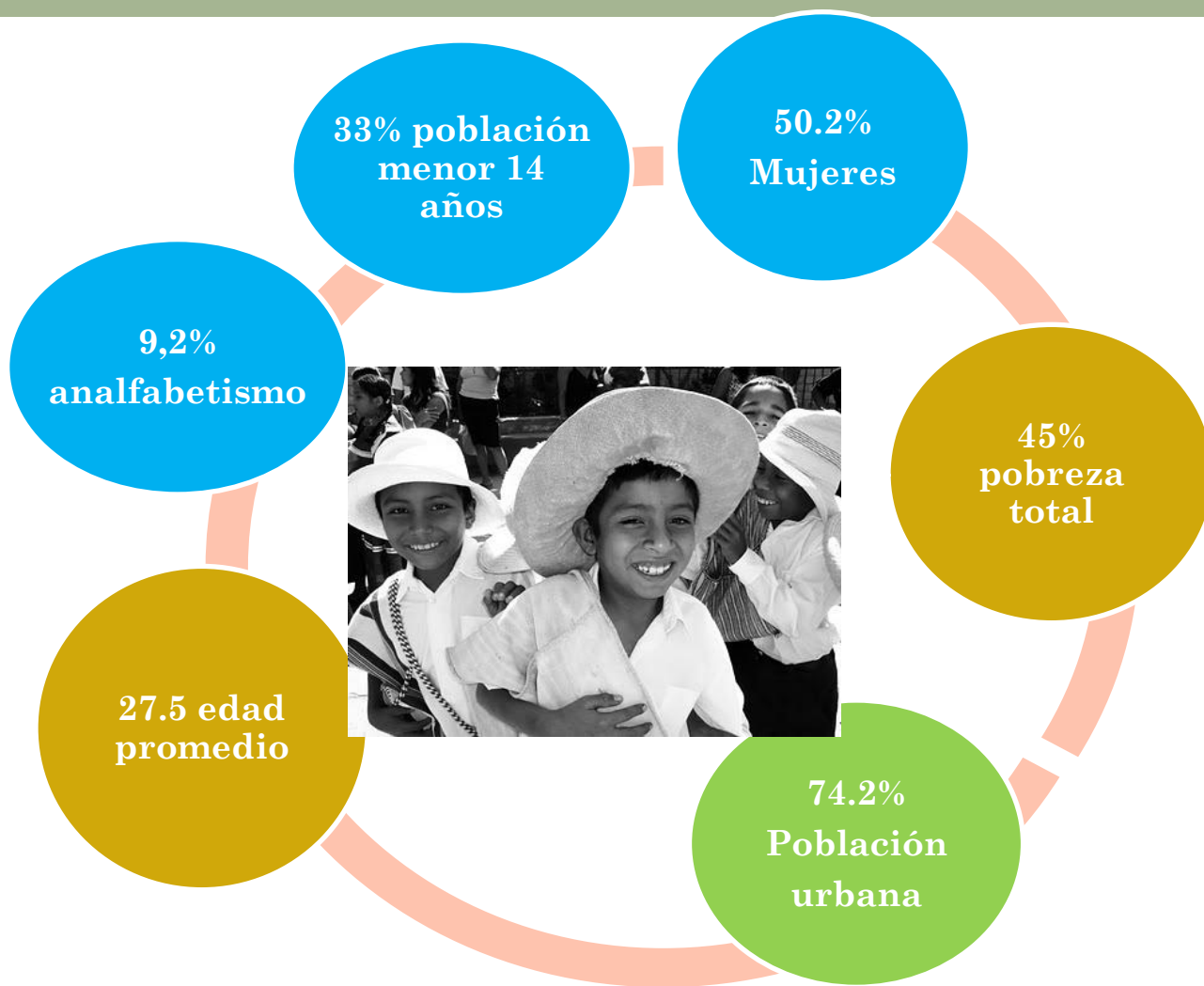


Investigación



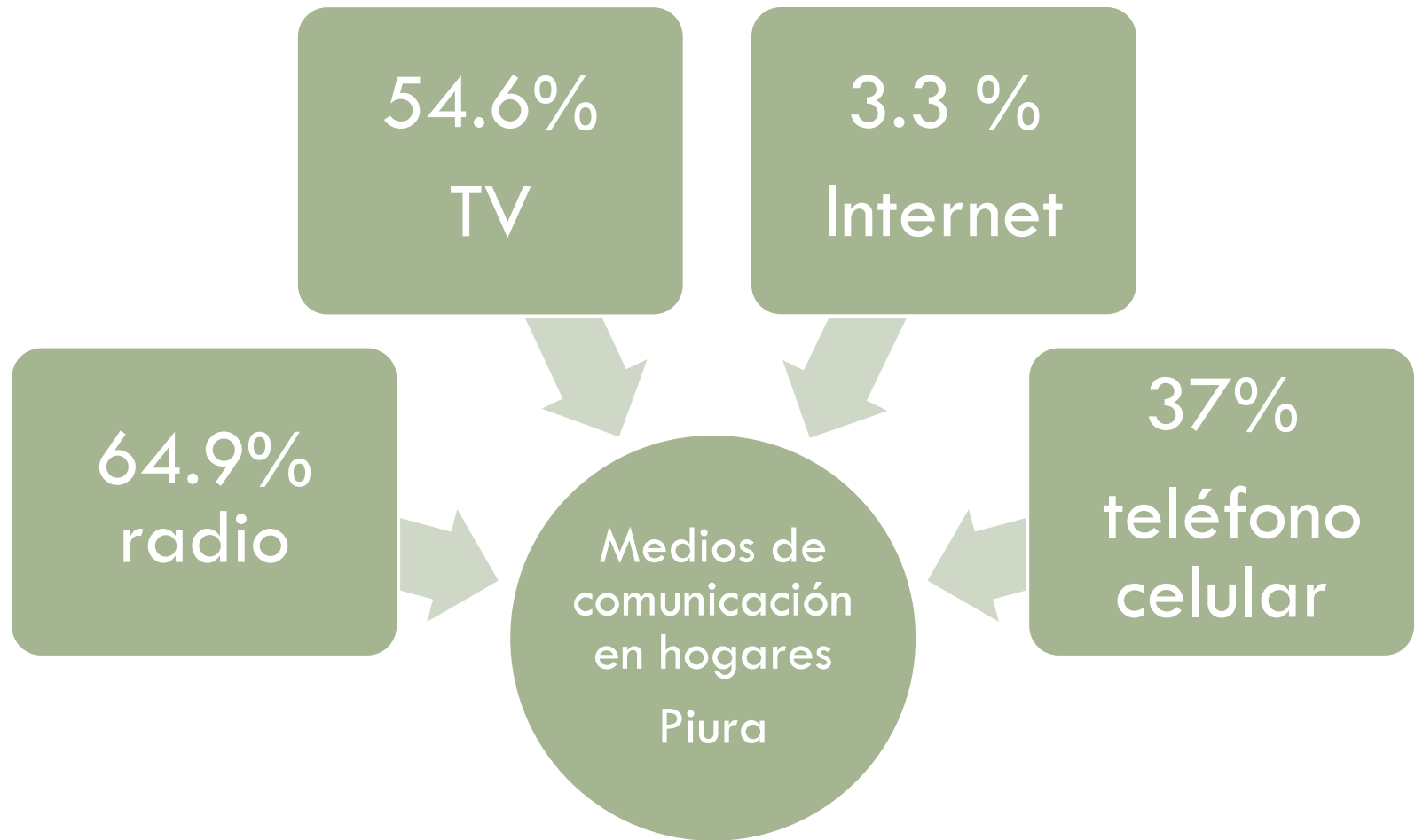
Video sondeo voces ciudadanas – noviembre 2009

Información socioeconómica (fuente INEI)



Acceso a medios de comunicación

(fuente INEI)



Penetración tecnológica en Piura

(fuente IBOPE Time)

	TV	Radio	Celular	Celular multimedia
Piura	98.9%	86.5%	81.3%	2.3%
Lima	98.2	91.5	77.8%	19.1%

Consumo de medios en Piura

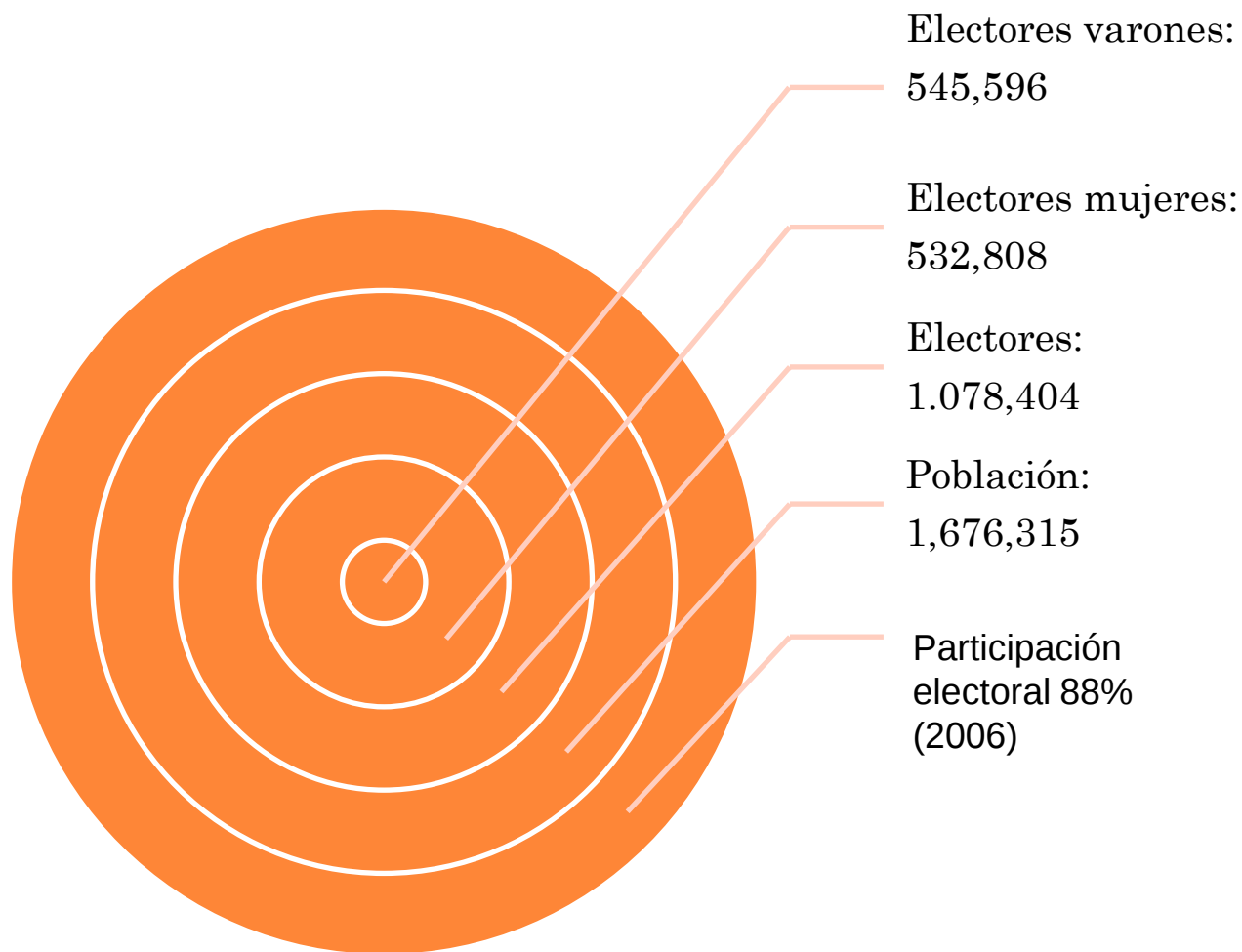
(fuente IBOPE Time)

- 96.4% ven TV
- 2:8 horas en promedio
- Durante las noches



- 87.% escuchan radio
- 2 horas en promedio
 - Por las mañanas

Perfiles electorales (fuente JNE)



Técnicas para conocer al ciudadano

Cualitativo

- Testimonio
- Entrevista
- Grupos de debate
- Entrevista colectiva

Cuantitativo

- Encuestas de auto llenado
- Sondeo de opinión
- Consultas Ciudadanas