



# Estrategia Comunicacional

## Asociación de Guías y Scouts de Chile

### Introducción: Problemáticas Detectadas

La Asociación de Guías y Scouts de Chile ha desarrollado un importante crecimiento digital, lo que ha permitido una amplia presencia en redes sociales. Sin embargo, este mismo desarrollo ha evidenciado una serie de problemáticas que afectan la eficacia de la comunicación institucional:

- Fragmentación de la presencia en redes sociales, con múltiples cuentas a nivel nacional, generando mensajes a veces incongruentes, duplicados o con escasa coordinación.
- Baja capacidad de respuesta y seguimiento, especialmente cuando personas externas hacen consultas o comparten publicaciones relevantes sin recibir respuesta o sin saber a quién dirigirse.
- Dispersión del alcance y la identidad institucional, lo que debilita el posicionamiento público de la Asociación y dificulta una narrativa unificada.
- Desigual nivel de profesionalización en las comunicaciones, en especial en la parte gráfica o de lineamientos claros para comunicar adecuadamente su labor.
- Dificultad para conectar de forma estratégica con actores externos, tanto públicos como privados, por falta de materiales estandarizados, vocerías claras o mensajes institucionales sólidos.

Ante estas problemáticas, esta Estrategia Comunicacional busca ordenar, alinear y potenciar las comunicaciones de la AGSCh a todo nivel, reforzando su rol público, fortaleciendo su identidad, y garantizando una mayor efectividad en los mensajes que se proyectan.

Esta estrategia comunicacional se alinea con el Plan Estratégico 2030 de la Asociación, específicamente con su Prioridad de Comunicaciones, buscando consolidar la identidad de marca "Guías y Scouts de Chile", asegurar la coherencia de los mensajes y contribuir al posicionamiento público de la institución, tanto a nivel nacional como territorial.

## Estrategia Central

### Enfoque Estratégico

La estrategia comunicacional se construye desde una narrativa institucional clara, coherente y con identidad propia, que permita visibilizar el impacto social de la AGSCh y del Movimiento Guía y Scout en Chile. El enfoque pone en el centro a la niñez, adolescencia y juventud como sujetos de derecho, promueve su protagonismo, y busca fortalecer el rol público de la organización.

La implementación será transversal, articulando a las distintas áreas de la institución, asegurando una mirada integral de la comunicación institucional, la formación de alianzas y la proyección pública.

### Narrativa Institucional:

La AGSCh es una comunidad educativa que contribuye al desarrollo de la niñez, adolescencia y juventud, promoviendo la participación, el liderazgo, la defensa de sus derechos, la democracia, la diversidad, la inclusión y el cuidado del medio ambiente como base para construir un mundo mejor.

## Objetivos Estratégicos

### 1. Posicionamiento institucional

Reforzar la imagen pública y reputación de la Asociación como un movimiento vigente, relevante y transformador.

### 2. Captación de nuevos miembros

Incrementar el número de niñas, niños, adolescentes y jóvenes que se integran a los grupos en todo Chile.

### 3. Atracción de aliados estratégicos

Hacer visible a la Asociación ante actores públicos, privados y de la sociedad civil, para fomentar alianzas y levantar recursos.

### 4. Comunicación coordinada y eficiente

Alinear, ordenar y profesionalizar la gestión de redes sociales y canales de difusión institucionales, conforme a los principios comunicacionales establecidos en el Plan Estratégico 2030.

**5. Promoción del Paxtú 2026**

Asegurar alta visibilidad del campamento nacional como evento emblemático.

**6. Reconocimiento nacional en materia de niñez, adolescencia y juventud**

Posicionar a la AGSCh como una institución experta en el desarrollo, participación y protección de la niñez, adolescencia y juventudes en Chile, mediante su modelo educativo y acción comunitaria.

**7. Reconocimiento al desarrollo del voluntariado**

Visibilizar, valorar y reconocer el rol transformador de las personas voluntarias en la AGSCh, promoviendo su participación, trayectoria y aporte a la educación no formal, como parte fundamental del Movimiento Guía y Scout.

## **Públicos Objetivo**

**Internos:**

- Todas las personas miembro de la AGSCh

**Externos clave:**

- Familias de potenciales nuevas/os miembros
- Medios de comunicación
- Instituciones públicas (municipios, ministerios, organizaciones públicas etc.)
- Empresas y fundaciones con foco en RSE y en juventudes
- Comunidad educativa
- Sociedad civil organizada
- Voluntarias/os

## Definición de Vocerías Oficiales

Para garantizar una representación institucional clara, coherente y alineada con los principios y objetivos estratégicos, se establece la siguiente estructura de vocerías oficiales:

### Voceros y Voceras Institucionales:

- **Nivel Nacional:**
  - Presidencia Nacional
  - Vicepresidencia Nacional
  - DEN
  - Directoras/es de Área
- **Nivel Territorial:**
  - Directoras/es de Zona
  - Directoras/es de Distrito
  - Jóvenes Voceros/as Zonales o Distritales, en coordinación con los Equipos Territoriales
- **Vocerías Específicas**
  - Jóvenes Voceras/os en coordinación con las Direcciones Nacionales

El orden de prioridad para representar a la institución en las vocerías deberá ser evaluado por el CEN o DEN, según las necesidades específicas de cada una.

En caso de que el motivo de la vocería sea por alguna crisis comunicacional, deberá revisarse y orientarse por el Manual de Manejo de Crisis Comunicacionales.

## Acompañamiento Comunicacional:

Toda vocería oficial debe actuar siempre en coordinación con una persona del equipo de comunicaciones correspondiente:

- **A nivel nacional:** acompañamiento del Área de Comunicaciones Nacional.
- **A nivel Zonal o Distrital:** acompañamiento del equipo de comunicaciones territorial, o de enlace designado desde el nivel nacional siempre en coordinación con DDI.

### Funciones de las Vocerías:

- Representar a la AGSCh ante medios de comunicación, aliados estratégicos y la comunidad.
- Comunicar con claridad y coherencia los valores, principios, proyectos y posicionamientos institucionales.
- Promover los ejes estratégicos definidos en el plan de comunicaciones y plan estratégico.
- Apoyar campañas temáticas y eventos nacionales.

La definición y activación de estas vocerías podrá incluir una **capacitación previa en comunicación institucional, enfoque de derechos y lineamientos estratégicos**, a cargo del Equipo Nacional de Comunicaciones y la Dirección de Voluntarios. En cuanto a la capacitación de Jóvenes Voceras/os, esta capacitación será obligatoria y deberá estar coordinada y apoyada con DME.

## **Criterios para la Activación de Vocerías**

Una vocería puede ser activada en cualquiera de los siguientes casos:

- **Aparición en medios de comunicación (radio, prensa, TV o medios digitales)** por parte de la Asociación.
- **Pronunciamientos institucionales sobre temas de interés público**, en especial relacionados con niñez, juventud, educación no formal, medio ambiente o voluntariado.
- **Lanzamientos de campañas, programas o eventos oficiales**, tanto a nivel nacional como territorial.
- **Representación en alianzas estratégicas o espacios de incidencia pública.**
- **Situaciones de crisis o contingencias comunicacionales**, donde se requiera claridad institucional y gestión de reputación.

## **Procedimiento de Validación**

Para mantener la coherencia institucional, se establece un flujo de coordinación para toda vocería activada:

### **Nivel Nacional:**

1. Coordinación previa con el **CEN y el Área Nacional de Comunicaciones y Vinculación**.
2. Validación de mensajes clave y línea editorial según el Kit Digital y principios comunicacionales.
3. Acompañamiento previo, durante y posterior por parte del equipo de comunicaciones.
4. Registro del evento/comunicación para evaluación posterior.

### Nivel Territorial:

1. Coordinación con el equipo Zonal de comunicaciones o enlace nacional asignado.
2. Validación de mensajes en conjunto con referentes territoriales y alineación con narrativa nacional.
3. Utilización del material visual, lenguaje y recursos aprobados en el Kit Digital.

### Lineamientos Generales para Toda Vocería

- Toda intervención pública debe representar los valores, principios y definiciones estratégicas de la AGSCh.
- Se debe utilizar un **lenguaje inclusivo o neutro, claro, accesible y respetuoso**, que refleje la diversidad y compromiso institucional.
- Se prioriza la participación activa de jóvenes como voceras/os, promoviendo su rol como protagonistas del Movimiento.
- El uso de logos, colores, nombres de campañas y otros elementos debe estar en concordancia con el Kit Digital.

## Ejes Estratégicos y Acciones

### Eje 1: Posicionamiento Institucional

**Objetivo:** Fortalecer la narrativa unificada y pública de lo que representa la AGSCh y su impacto en la sociedad.

**Responsables:** CEN es el responsable, pero las áreas de Comunicaciones y Vinculación, con apoyo de vocerías institucionales. Son las que llevan a cabo.

#### Acciones clave:

- Crear y difundir una narrativa nacional que incluya el rol de la Asociación en la formación de liderazgos juveniles, la promoción de derechos de la niñez, adolescencia y juventud, los valores, sello, misión y visión de la organización.
- Definir y socializar los principios comunicacionales de la AGSCh con equipos nacionales, Zonales y Distritales, capacitando a quienes cumplan el rol comunicacional y de vinculación sobre la estrategia e imagen institucional.
- Participación activa en medios, eventos públicos y foros sobre niñez, adolescencia, juventud, educación y ciudadanía.
- Crear materiales audiovisuales y publicaciones institucionales que respalden esta narrativa.
- Difundir los contenidos comunicacionales de forma transversal utilizando el Kit Digital como herramienta estandarizada, promoviendo el uso de identidad visual y lenguaje institucional, coherente con la marca “Guías y Scouts de Chile”

## Eje 2: Redes Sociales Unificadas

**Objetivo:** Consolidar una presencia digital coherente, profesional y articulada a nivel nacional.

**Responsables:** Área de Comunicaciones, con apoyo del CEN

### Acciones clave:

- Levantamiento de todas las cuentas activas en redes sociales a nivel nacional y territorial.
- Implementación de **una política de redes sociales unificadas**, donde se definirán las cuentas oficiales y que estas sean las únicas autorizadas para la comunicación institucional general.

La definición de cuentas oficiales responde a la necesidad de consolidar una **presencia institucional coherente, ordenada y estratégica** en el ecosistema digital, evitando la dispersión, duplicación de mensajes y pérdida de identidad visual que se ha identificado como problemática en diagnósticos anteriores.

Cada una de las cuentas seleccionadas cumple una **función específica y diferenciada** dentro de la comunicación institucional:

- **Cuenta Nacional – Guías y Scouts de Chile:**

Esta cuenta es el eje central de la comunicación institucional y el principal canal para proyectar la identidad de la Asociación a nivel nacional. Visibiliza el quehacer de las distintas áreas, programas y territorios, especialmente de aquellos que no cuentan con redes sociales propias, asegurando una representación amplia y cohesionada. A través de esta cuenta se difunden campañas, iniciativas, contenidos educativos y noticias relevantes que refuerzan la misión, visión y valores del Movimiento. Además, busca conectar con públicos internos y externos, promoviendo el rol transformador de la AGSCh en la sociedad y consolidando su posicionamiento en temas como educación no formal, liderazgo juvenil, sostenibilidad y participación.

- **Comisiones de Rama:**

Estas cuentas están orientadas a difundir contenidos, actividades y propuestas educativas diseñadas para cada una de las etapas del desarrollo de la niñez, adolescencia y juventud en el Movimiento. Permiten mantener una comunicación segmentada y pedagógicamente pertinente, fortaleciendo el trabajo en unidades y grupos, y visibilizando experiencias, metodologías y recursos particulares de cada Rama. Su enfoque busca acompañar y enriquecer el proceso de quienes participan en cada sección del programa educativo. Adicionalmente en estas cuentas se encontrarán las publicaciones correspondientes a eventos nacionales relacionadas con cada Rama, siempre en colaboración con la cuenta Nacional.



- **Programas Internacionales y Especiales:**

Esta cuenta está orientada a difundir una oferta programática diversa y específica, dirigida a los distintos públicos internos. Está pensada para quienes buscan enriquecer los ciclos y proyectos de sus unidades, así como para la niñez, adolescencia y juventud que deseen participar. Estos programas cuentan con objetivos educativos, insignias, metodologías y temáticas propias, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y promovidas por WAGGGS y WOSM. Por ello, este espacio entrega información clara, oportuna y segmentada, facilitando el acceso a recursos, convocatorias, actividades y materiales vinculados directamente con estos programas.

- **Comisión Internacional:**

Esta cuenta está orientada a reflejar la participación institucional en redes, eventos y propuestas globales. Se enfocan en la difusión de oportunidades formativas, encuentros y espacios de participación internacionales dirigidos a miembros de la AGSCh. Toda la comunicación internacional debe canalizarse a través de esta cuenta, no creando redes paralelas por evento o contingencia, lo que permite mantener la coherencia narrativa, fortalecer la identidad institucional y asegurar una trazabilidad comunicacional adecuada.

*Esta estructura busca optimizar el alcance, mejorar la calidad del contenido, facilitar la coordinación editorial y fortalecer la identidad institucional. Si bien cada cuenta puede desarrollar elementos diferenciadores según su naturaleza y público objetivo, **todas deberán estar alineadas con los lineamientos institucionales establecidos**. Esto incluye el cumplimiento de las políticas comunicacionales, el uso correcto del Kit Digital, la coherencia con la narrativa institucional, el respeto a los valores y principios de la Asociación.*

- Cada área, Comisión, Equipo nacional y Zona deberá contar con una persona que cumpla el rol de ser el enlace con el Equipo Nacional de Comunicaciones, esta persona coordinará y apoyará en las publicaciones en relación al área, Comisión, Equipo o Zona.
- Las Zonas y Distritos podrán **mantener cuentas propias para publicaciones que reflejen la vida local del territorio** (actividades, convocatorias internas, noticias relevantes del grupo, Distrito o Zona), siguiendo el manual de marca, lineamientos comunicacionales e imitando la estructura de las cuentas oficiales.
- Se deberá coordinar y apoyar, el trabajo de los territorios, entregando lineamientos, recursos e información.
- Fomentar y capacitar en el uso del Kit Digital a quien lo deba utilizar.

### Eje 3: Campaña Nacional de Captación

**Responsables:** Dirección de Desarrollo Institucional, Comunicaciones y Vinculación, .

**Objetivo:** Aumentar el número de nuevos miembros, diversificando los perfiles que se suman al Movimiento.

**Acciones clave:**

- Desarrollo de una campaña con enfoque emocional y territorial.
- Producción de historias de vida, videos, cápsulas y reels con testimonios.
- Activaciones en colegios, ferias comunitarias y espacios públicos.
- Estrategias segmentadas según públicos (niñez, adolescencia, juventud, apoderados).

### Eje 4: Visibilidad para Alianzas Estratégicas

**Objetivo:** Generar un entorno de colaboración institucional con aliados del sector público, privado y sociedad civil.

**Responsables principales:** Área de Vinculación, en coordinación con Comunicaciones.

**Acciones clave:**

- Diseño de un kit de recomendaciones para presentaciones y vinculación externa.
- Elaboración y publicación de un Informe de Impacto Social que evidencie el aporte de la Asociación a la niñez, adolescencia y juventud. (de preferencia anual).
- Identificación y priorización de actores estratégicos (empresas, fundaciones, municipios, universidades).
- Participación activa en redes y mesas relacionadas con la niñez, adolescencia y juventud, educación, medio ambiente, democracia, diversidad, enfoque de derechos y equidad de género, sostenibilidad, voluntariado y ciudadanía juvenil.
- Desarrollo de propuestas de sostenibilidad empresarial específicas para empresas con interés en niñez, adolescencia y juventud.
- Formar e impulsar que las vocerías institucionales y juveniles participen en medios, foros, mesas de trabajo y debates públicos.

- Fortalecer la colaboración con medios de comunicación, municipalidades, universidades, centros culturales y ONG para co-diseñar campañas y reportajes sobre el Movimiento y la AGSCh.
- Incluir a socios estratégicos en campañas conjuntas de servicio o formación.

## **Eje 5: Paxtú 2026 como Hito Comunicacional**

**Objetivo:** Posicionar el Paxtu como evento nacional de referencia en educación, derechos y sostenibilidad.

### **Acciones clave:**

- Lanzamiento de marca visual, lema y estética Paxtú 2026.
- Generar una Campaña estructurada previa al evento, que incentive la participación y mejore las expectativas sobre el campamento.
- Calendario de campaña con etapas (teaser, convocatoria, comunidad).
- Participación de aliados institucionales y medios durante el evento.
- Seguimiento en vivo del evento en redes sociales nacionales.
- Elaboración de un documental o memoria audiovisual post evento.

## Conclusión

Esta estrategia busca transformar las comunicaciones de la AGSCh en un proceso profesional, coordinado y con impacto real. Al centralizar y articular los canales, se mejora la respuesta a la comunidad, se refuerza la imagen pública y se aprovechan mejor las oportunidades de crecimiento e incidencia institucional.

A través de una narrativa unificada, vocerías claras, campañas alineadas y contenidos estratégicos, la AGSCh no solo resolverá los problemas actuales de dispersión y descoordinación, sino que avanzará hacia una comunicación moderna, inclusiva y coherente con su rol transformador en la sociedad.

Esta estrategia busca ser más que una guía operativa: es un instrumento de cumplimiento directo del Plan Estratégico 2030. Las acciones, metas y líneas de trabajo aquí propuestas no solo responden a desafíos actuales, sino que permiten avanzar en el fortalecimiento institucional de las comunicaciones, consolidando el posicionamiento público, la identidad visual y el ordenamiento funcional de nuestra Asociación.