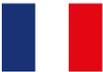


France 



Plan de comunicación estándar para los proyectos apoyados por la AFD

XXX nombre del proyecto XXX

Fecha: XXXX mencionar la fecha XXXX
Contacto : XXX mencionar contacto(s) XXX

💡 Este documento estándar le permite elaborar el plan de comunicación de su proyecto completando las informaciones requeridas en los diferentes párrafos de las siguientes páginas. Debe completarse siguiendo las instrucciones de la **Guía de comunicación y de visibilidad de la AFD**. Esta guía se encuentra en el Kit'com de la AFD que le ha entregado el equipo de proyecto de la AFD o que puede descargar [aquí](#). Las páginas 15 a 21 de la guía son dedicadas específicamente al plan de comunicación.

Indice

.....	1
Plan de comunicación estándar para los proyectos apoyados por la AFD.....	1
1. Presentación y contexto del proyecto	3
2. Objetivos de la comunicación	4
3. Públicos metas de la comunicación	5
4. Herramientas y acciones de comunicación y canales de difusión.....	6
5. Recursos presupuestarios y humanos.....	7
6. Calendario de comunicación.....	9
7. Evaluación de los impactos.....	10

1. Presentación y contexto del proyecto

Describe brevemente en el siguiente cuadro el contexto del proyecto de desarrollo, sus objetivos y sus impactos esperados:

XXXX

2. Objetivos de la comunicación

¿Por qué comunico?

Defina **uno o varios objetivos** que quiere alcanzar gracias sus acciones de comunicación

💡 *Para ayudarle, encontrará aquí algunos ejemplos de objetivos que podrían coincidir con los de su proyecto:*

- Informar sobre el avance de un proyecto
- Dar a conocer el impacto del proyecto
- Informarle a un público específico sobre los distintos temas y objetivos del proyecto
- Fomentar el apoyo y la implicación de un público específico
- Elevar su perfil y convertirse en un actor reconocido en un sector
- Crear una relación duradera entre los beneficiarios y la organización del proyecto
- etc.

Objetivo 1 : XXX

Objetivo 2 : XXX

Objetivo 3 : XXX

3. Públicos meta de la comunicación

¿Para quién comunico?

Identifique las **metas de la comunicación** proyecto y enumérelas a continuación.

💡 Para ayudarle, encontrará aquí algunos ejemplos de metas de los cuales se puede inspirar:

- Beneficiarios directos e indirectos
- Autoridades locales (gobernadores, diputados locales, concos municipales, etc.)
- Autoridades nacionales (ministerios, diputados, senadores, etc.)
- Responsables franceses e internacionales (ministerios, embajadas, cargos elegidos, inversores, homólogos europeos e internacionales)
- Organizaciones internacionales (IDFC, G20, ONU, etc.)
- Donantes internacionales (UE, BM, BAD, BID, KfW, etc.)
- Organizaciones de la sociedad civil fuera y dentro del país de intervención
- Medios de comunicación locales e internacionales
- Personas influyentes y expertos en un sector determinado
- etc.

Defina los **mensajes claves** para cada meta.

💡 Para ayudarle, aquí tiene algunas preguntas que debe hacerle para asegurarle de que los mensajes que identifica son apropiados:

- Elija un mensaje único y sencillo.
- Identifique los mensajes principales y secundarios.
- ¿Son coherentes los mensajes con sus objetivos?
- ¿Son coherentes entre sí los distintos mensajes?

Defina los **objetivos específicos** a cada meta. Estos objetivos deben estar en coherencia con los objetivos generales mencionados en el punto 2.

Públicos meta	Mensajes clave	Objetivos específicos a esta meta y relativos a los objetivos generales de la acción
XXX	Primario : XXXX Secundario : XXXX	
XXX	Primario : XXXX Secundario : XXXX	
XXX	Primario : XXXX Secundario : XXXX	
XXX	Primario : XXXX Secundario : XXXX	

4. Herramientas y acciones de comunicación y canales de difusión

¿Cómo y con qué comunico?

Defina **entregables/herramientas** que deben producirse para alcanzar los objetivos de comunicación fijados.

💡 Para ayudarle, puede consultar la *Guía de comunicación y visibilidad de los proyectos apoyados por la AFD en la página 16*. Existen varios tipos de herramientas y acciones de comunicación posibles:

- Herramientas impresas: prospectos, folletos, roll-ups, carteles, señalización del sitio, campañas, etc.
- Herramientas web: página web dedicada al proyecto en el sitio web del donante, mailing, boletín informativo, comunicación en redes sociales.
- Audiovisual: fotos, vídeos, motion design, etc.
- Sonido: podcasts.
- Contenido textual: mensajes clave, contenido diverso, entrevistas, producción de artículos y noticias, boletín informativo, etc.
- Artículos promocionales (si se justifica)

Defina **acciones de comunicación** que deben emprenderse para alcanzar los objetivos de comunicación fijados.

- Relaciones con los medios de comunicación: envíos a medios, ruedas y comunicados de prensa, viajes de prensa, anuncios en radio y televisión,
- Eventos: actos nacionales o internacionales, conferencias, seminarios web, exposiciones, jornadas de puertas abiertas, días mundiales, etc.
- Convocatorias de proyectos, concursos
- etc.

Estas **herramientas y acciones de comunicación** deben promocionarse siempre a través de un canal de difusión o en un evento. Una herramienta que no se difunde es inútil porque no llega a su meta.

💡 Los canales de comunicación son los medios de difusión utilizados para hacer circular sus herramientas de comunicación y llegar a sus destinatarios. Estos canales pueden ser en línea (redes sociales, sitios y páginas web, medios online, influencers), medios tradicionales locales, nacionales o internacionales (TV, radio, prensa y revistas), eventos, distribución de folletos, infografías (mailing, descarga, disponible en eventos, etc.).

Herramientas de comunicación ¿Con qué comunico ?	Canales de difusión ¿Cómo comunico ?	Metas ¿A quién va dirigida esta herramienta?
Ejemplo herramienta 1 : Una página dedicada al proyecto	En línea en el sitio web XXXXX con un enlace al sitio web AFD.FR	
Ejemplo herramienta 2 : Un folleto de presentación del proyecto	En formato impreso en eventos, disponible en las oficinas de XXXXX, en formato PDF descargable desde la página del proyecto, sitios web de los socios, a través de boletines, correos, etc.	

Ejemplo herramienta 3 : Una serie de artículos	Sobre la página internet del proyecto, en la newsletter, propuesto a los medios de comunicación	
...	...	
...	...	
Acciones de comunicación ¿Con qué comunico ?	Canales de difusión ¿Cómo comunico ?	Metas ¿A quién va dirigida esta acción?
Ejemplo acción 1: un taller de introducción	Invitaciones, mailings, carteles, folletos, vídeos sobre el proyecto, ponentes expertos, etc.	
Ejemplo acción 2 : una exposición de fotografías	Invitaciones, mailings, carteles, folletos, vídeos sobre el proyecto, ponentes expertos, etc.	
....		
...		

5. Recursos presupuestarios y humanos

¿Con cuántos y con quién comunico?

Debe **presupuestar las herramientas y acciones de comunicación** para no salirse del presupuesto asignado a la comunicación de su proyecto.

💡 *Cuando haya que externalizar un servicio, le aconsejamos que pida al menos dos presupuestos a profesionales del sector para que pueda comparar las ofertas, elegir la que más convenga y presupuestar el servicio en su plan de comunicación. Así no tendrá sorpresas desagradables.*

Presupuesto

Herramientas de comunicación	Presupuesto total : XX€
¿Con qué comunico?	¿Con cuánto comunico?
Ejemplo herramienta 1 : Una página dedicada al proyecto	XX €
Ejemplo herramienta 2 : Un folleto de presentación del proyecto	
Ejemplo herramienta 3 : Un artículo	
...	
...	
Acciones de comunicación	
Ejemplo acción 1 : un evento	
Ejemplo acción 2 : organizar una exposición foto	

Recursos humanos

¿Con quién comunico?

Defina los **recursos humanos** asignado para producir sus herramientas de comunicación implementar sus acciones de comunicación. Especifique de qué recursos humanos dispone internamente y cuáles tendrá que subcontratar.

XXXX

6. Calendario de comunicación

¿Cuándo comunico?

Programar la realización de las actividades en el tiempo. Este ejemplo de tabla también le permitirá resumir toda la información de su plan de comunicación. También puede copiarlo en una hoja de Excel si le resulta más cómodo.

💡 Para ayudarle a programar las acciones de comunicación en el tiempo, piense también en los distintos eventos destacados del proyecto, con los que podrá alinear sus actividades de comunicación. Piense también en los días mundiales, los eventos internacionales relacionados con el ámbito de intervención del proyecto y los grandes momentos con socios y donantes.

Año 1											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Año 2											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

Año 3											
Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

7. Evaluación de los impactos

Seguimiento de los impactos de la comunicación

Defina los **indicadores** que permiten asegurar un seguimiento y medir los impactos de la comunicación.

💡 *Defina los indicadores para cada acción de comunicación. Existen dos tipos de indicadores:*

- *Indicadores cuantitativos (número de artículos y contenidos web publicados, estadísticas de tráfico del sitio web, número de impresiones/visiones en redes sociales, número de eventos).*
- *Indicadores cualitativos (nivel de satisfacción de los participantes, implicación de las partes interesadas en el proyecto, etc.)*

Indicadores	Evaluar los impactos Seguimiento de los impactos de la comunicación
Indicador 1	...
Indicador 2	...
Indicador 3	...
...	...

...	...
...	...
...	...