

Plan Alianza para la Prosperidad

Plan de Comunicación
Guatemala
Año 2017

Resumen por Fases – Año 2017

Fases	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
1. Análisis de Información					
2. Ensamble de Contenido					
3. Plan de Comunicación					
4. Implementación del Plan de Comunicación					
5. Seguimiento y Evaluación					

Análisis de Información		Enero*		Febrero					
		1	2	3	4	5	6	7	8
1. Revisión de objetivos y alcance de la consultoría									
2. Aprobación del Plan de Trabajo con la contraparte									
Identificación de principales actores en los ámbitos Gobierno, Sector Privado, Sociedad Civil,									
3. Cooperación									
4. Definición de grupos focales a investigar y sedes en 5 departamentos indicados en la propuesta (Ciudad de Guatemala, Quetzaltenango, Cobán, Chimaltenango, Huehuetenango)									
5. Elaboración de las herramientas de medición:									
- Elaboración de Guiones para los grupos focales									
- Elaboración de guiones para entrevistas									
- Elaboración de encuestas electrónicas									
6. Desarrollo de los Grupos Focales									
- Revisión y contratación de sedes para los GF									
- Ejecución 15 Grupos Focales (3 por localidad en 5 departamentos: Ciudad de Quetzaltenango, Cobán, Chimaltenango y Huehuetenango)									
- Ejecución entrevistas uno a uno con los actores identificados con injerencia directa en la implementación del proyecto (PRONACOM, AMCHAM, Organismo Ejecutivo, BID)									
7. Envío de encuestas electrónicas de percepción									
8. Recopilación de documentos oficiales, declaraciones, discursos, comunicados de prensa, informes de avances, actas de reuniones, foros y noticias (nacionales e internacionales)									
9. Revisión de material y análisis de los hallazgos									
10. Elaboración de informe Fase 1									
11. Entrega de informe Fase 1									

*Semanas

1. Síntesis de los desafíos, objetivos, metas, compromisos, avances y retos del PAPTN
2. Identificación de mensajes clave
3. Identificación de mensajes secundarios
4. Identificación de Grupos Objetivos de Sociedad Civil, Organismos de Gobierno, Medios de Comunicación, Líderes de Opinión
5. Elaboración de informe Fase 2
6. Entrega de informe Fase 2

[illegible]

Plan de Comunicación

Marzo			
1	2	3	4

Marzo			
1	2	3	4

- | | |
|-----|---|
| 1. | Planificación del Taller y Metodología para definir la estrategia de comunicación |
| 2. | Síntesis de resultados de los Focus Groups |
| 3. | Síntesis de análisis de discursos, palabras repetidas, palabras clave |
| 4. | Ejecución del Taller para Definición de la Estrategia de Comunicación |
| 5. | Desarrollo de la estrategia de comunicación a partir de la unificación de criterios entre lo cuantitativo y cualitativo |
| 6. | Identificación de acciones estratégicas resultado de los Focus Group |
| 7. | Elaboración de Propuesta de Campaña Publicitaria (definición del modo de intervención: medios tradicionales, digitales y relaciones públicas) |
| 8. | Presentación de Propuestas a la contraparte |
| 9. | Elaboración de Presupuesto final |
| 10. | Aprobación por parte de la contraparte de propuesta y presupuesto final |
| 11. | Elaboración de informe Fase 3 |
| 12. | Entrega de informe Fase 3 |

[illegible]

Plan de Comunicación

1.	Conformación del equipo de trabajo (2 personas de servicio al cliente, un redactor, un enlace con los medios de comunicación y encargado del monitoreo de publicaciones)
2.	Identificación de voceros
3.	Planificación del Taller de Voceros
4.	Taller de Capacitación de voceros
5.	Desarrollo de boletines de prensa (de acuerdo a los grupos objetivos identificados en la fase 1 y 2)
6.	Monitoreo de los medios de comunicación (escrito, redes, etc.)
7.	Elaboración de informe de Monitoreo de medios (mensual)
8.	Informe de Evaluación de Cobertura Mediática (mensual)
9.	Análisis de mensajes positivos o negativos de la Comunicación (mensual)
10.	Elaboración de informe Fase 4
11.	Entrega de informe Fase 4

[illegible]

Seguimiento y Evaluación

1. Elaboración de las herramientas de evaluación del proyecto (post - intervención)
2. Planificación de Grupos Focales
3. Desarrollo de las Guías para Grupos Focales
4. Elaboración de las herramientas de medición
 - Elaboración de Guiones para los grupos focales
 - Elaboración de guiones para entrevistas
 - Elaboración de encuestas electrónicas
5. Desarrollo de los Grupos Focales
 - Revisión y contratación de sedes para los GF
 - Ejecución 15 Grupos Focales
6. Elaboración de entrevistas uno a uno
7. Envío de encuestas electrónicas de percepción
8. Revisión de material y síntesis
9. Elaboración de informe Fase 5
10. Entrega de informe Fase 5

[illegible]

