



# Guía de comunicación para las personas emprendedoras

“Proceso metodológico para el entrenamiento  
de capacidades emprendedoras  
en latinoamérica”



Esta guía del Proceso Metodológico para el entrenamiento de capacidades emprendedoras en latinoamérica, forma parte de una colección de 7 guías, promovidas y desarrolladas por Fundación Ciudadanía:

1. Guía de captación y dinamización de las personas emprendedoras.
2. Guía taller estímulo a las ideas.
3. Guía taller espacios de intercambio.
4. Guía taller maduración de proyectos.
5. Guía de proyectos para las personas emprendedoras.
6. Guía de derivación, acompañamiento y seguimiento de proyectos.
7. Guía de comunicación.

Estas 7 guías, han sido impresas y distribuidas en Nicaragua, por la Asociación de Desarrollo Social de Nicaragua, CII-ASDENIC.

Año 2011.

El desarrollo de estas guías parte del Programa de Formación en Capacidades Emprendedoras Básicas y Capacidades Emprendedoras Empresariales.  
(Copyright Emprendedorex.com 2003).



# Índice

Presentación de la guía .....	1
I. Introducción .....	2
II. Objetivos .....	3
III. Protocolos de actuación .....	4
3.1. Confección de la Agenda de medios de comunicación .....	4
3.2. Confección de la Agenda con las organizaciones aliadas del proyecto .....	4
3.3. Recursos y herramientas para trabajar la comunicación y difusión de las actividades .....	4
3.4. Pasos para comunicar el proyecto .....	6
3.5. Actividades para la difusión del proyecto en Internet .....	7
3.6. Actividades propuestas para la elaboración del plan de comunicación .....	7
3.7. Elaboración de un Plan de Comunicación .....	8
IV Agenda de contactos para la comunicación .....	10

## Presentación de la guía:

La Estrategia de Género en Desarrollo de la Cooperación Española, no sólo es el instrumento fundamental para la aplicación efectiva en las políticas de desarrollo de la Ley para la igualdad entre hombres y mujeres.

También es el vehículo para conseguir una acción más eficaz en la aplicación del enfoque GED (Género en desarrollo) en todos los instrumentos de la Cooperación Española, y para progresar en el ámbito de coherencia de políticas entre los sectores del desarrollo y la igualdad.

El objetivo general de política sectorial de género en desarrollo es contribuir a alcanzar el pleno ejercicio de los derechos humanos y la ciudadanía de las mujeres mediante el empoderamiento.

Fundación Ciudadanía, con la metodología plasmada en estas siete guías de formación en capacidades emprendedoras, quiere contribuir a superar la brecha de desigualdad e injusticia que padecen las mujeres en sus relaciones de género, además de ser un buen instrumento educativo al servicio de la lucha contra la pobreza.

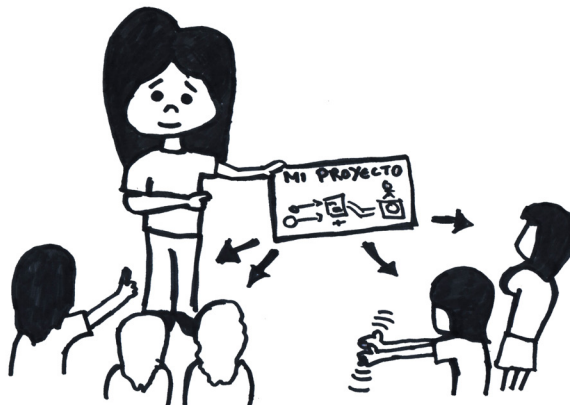
Promover estas iniciativas dentro de este marco de acción estratégica, contribuyen al pleno ejercicio de los derechos económicos de las mujeres y al fortalecimiento de procesos de cambio hacia la igualdad formal y real, persiguiendo garantizar el pleno ejercicio de los derechos sociales, civiles y políticos de las mujeres y las niñas.

Fundación Ciudadanía

## I. Introducción

Una tarea importante dentro del proyecto y en general de la intervención en todo tipo de programas que implican intervención y movilización social, trabajo con grupos de personas y desarrollo de nuevas capacidades es la difusión de las actividades y proyectos que se están realizando, así como el desarrollo de mecanismos y estrategias para la comunicación y difusión de las actividades.

Todo ello ha de estar aún más presente si tenemos en cuenta que el éxito de nuestro proyecto reside en una gran tarea de comunicación y movilización masiva a través de Internet para conseguir la mayor red social de personas haciendo proyectos.



Buena parte del trabajo se enfocará a generar una trascendencia grande de nuestro proyecto en la opinión pública en función de los elementos de valor del mismo. Un proyecto para las personas emprendedoras tendrá un impacto reducido en la ciudadanía, si esto no viene acompañado de un plan de comunicación y venta de las oportunidades del proyecto y sus actividades.

Hemos de ser conscientes en nuestro contexto de intervención, que lo que no está en los medios de comunicación y en las conversaciones de la población simplemente no existe.



Bajo este planteamiento hay que crear una poderosa identidad que estimule a personas emprendedoras de nuestros territorios y del mundo a participar en el proyecto y a ser protagonistas del mismo.

De otro lado, en el trabajo de las Mediadoras, han de estar presentes las prácticas relacionadas con el marketing y la venta del proyecto, las relaciones con los medios de comunicación y la materialización práctica de un plan de comunicación en torno al proyecto. Con este propósito generamos la presente guía, para que las Mediadoras contribuyan al diseño y ejecución del plan de comunicación.

## II. Objetivos

- Diseñar y ejecutar el plan de comunicación del proyecto.
- Generar una potente identidad en torno a la red social del proyecto.
- Generar y desarrollar una estrategia de difusión en Internet y redes sociales para la captación de personas emprendedoras al proyecto.
- Establecer los protocolos de trabajo con medios de comunicación.
- Llevar a cabo reuniones y actividades de comunicación para la captación de usuarios en las actividades del proyecto.
- Elaboración y redacción de documentos para la difusión del proyecto y sus actividades.
- Llevar actividades para la difusión del proyecto (encuentros, jornadas, seminario).

## III. Protocolos de actuación

### 3.1. Confección de la Agenda de medios de comunicación.

El primer paso a seguir es determinar los medios de comunicación existentes para la difusión y comunicación del proyecto y sus actividades, para ello las Mediadoras confeccionarán su agenda de contactos (ver apartado 4 de esta guía), dicha agenda será compartida por todas las Mediadoras y la dirección del proyecto.

### 3.2. Confección de la Agenda con las organizaciones aliadas del proyecto.

La agenda de organizaciones aliadas para la realización del plan de comunicación será la misma que se utiliza en la Guía de captación de personas emprendedoras y derivación, acompañamiento y seguimiento.

### 3.3. Recursos y herramientas para trabajar la comunicación y difusión de las actividades.

La agenda de organizaciones aliadas para la realización del plan de comunicación será la misma que se utiliza en la Guía de captación de personas emprendedoras y derivación, acompañamiento y seguimiento.

Para todas las tareas de comunicación y difusión del proyecto y las actividades a realizar, las Mediadoras utilizarán los mismos recursos (presentaciones, folletos explicativos, carteles, etc.) y procedimientos, incluida la forma de contar el proyecto (narrativa).

En el proceso formativo de las Mediadoras se habrán definido la narrativa del proyecto y las presentaciones que utilizarán para comunicar el proyecto.

Las Mediadoras describen estos recursos en el **formato 1** de esta guía.







Explicación en detalle del proyecto (según el contexto): carteles resumen del proyecto, guías, materiales...

### **3.5. Actividades para la difusión del proyecto en Internet.**

Para cumplir la misión del proyecto de crear la “gran red social de personas haciendo sus proyectos en Internet”, precisamos del desarrollo de una estrategia de comunicación en Internet que incluya:

Presencia en las principales redes sociales de Internet donde se difunda el proyecto y se capten personas emprendedoras (Facebook, Twitter y Flickr).



Presencia en Youtube con un canal propio y difusión de las actividades.

Comunicación del proyecto a través de todas las páginas web y sitios de Internet susceptibles de dar a conocer el proyecto y captar personas emprendedoras. Haremos especial hincapié en blogs personales que estén relacionados con emprendimiento.

El éxito del plan de comunicación depende de la implicación personal de las Mediadoras y del esfuerzo a la hora de comunicar el proyecto y sus oportunidades.

### **3.6. Actividades propuestas para la elaboración del plan de comunicación.**

Elaboración y difusión de notas de prensa. Convocatoria de una rueda de prensa para la presentación inicial del proyecto. Presentación conjunta del proyecto en todas las sedes del mismo, con la participación de las organizaciones aliadas.

Presentación pública del proyecto en cada una de las organizaciones aliadas del mismo.

Organización de eventos (encuentros de personas emprendedoras, jornadas...), donde los/las protagonistas sean las personas del proyecto que están participando en sus diferentes actividades.

### 3.7. Elaboración de un Plan de Comunicación.



Las acciones de comunicación con los medios estarán debidamente coordinadas y será la dirección del proyecto quien establezca las pautas y los pasos a seguir.

Este Plan a nivel general se definirá en las actividades de formación de las Mediadoras, que lo escribirán en el **Formato 2** de esta guía.

#### Formato 2. Plan de comunicación general.

Los pasos a seguir en el Plan de Comunicación del proyecto son:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## IV. Agenda de contactos para la comunicación.

**Medios de comunicación escritos: periódicos nacionales, regionales, locales /revistas.**

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

**Medios de comunicación radiofónicos: cadenas de radio regionales y locales.**

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

**Medios de comunicación y difusión en internet: redes sociales, prensa digital, portales de Internet, blogs.**

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

---

---

Nombre del medio: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Web \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Mail del contacto: \_\_\_\_\_

---

---

«Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y de la Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP). Su contenido es responsabilidad exclusiva de FUNDACIÓN CIUDADANÍA, y no refleja necesariamente la opinión de la AECID o de la FIIAPP».

