

ORIENTACIONES PARA ELABORAR UN PLAN DE DIFUSIÓN


Un Plan de Difusión contiene la idea base, planificación y gestión de las vías de distribución y visibilización de un contenido determinado, de las herramientas de comunicación y difusión para alcanzar el objetivo final, que es dar a conocer en este caso, un proyecto artístico. Se sugiere que este plan contenga, al menos, los siguientes elementos:

1. **Objetivo General:** es la meta principal a alcanzar con el total de las acciones pensadas dentro del plan de difusión. Recuerda que este objetivo corresponde al plan de difusión, no al objetivo general del proyecto.

2. **Objetivos Específicos:** son las metas a corto plazo que se deben realizar para poder alcanzar el objetivo general del plan de difusión, se sugiere formular mínimo 3 objetivos específicos.

3. **Identificación del público y audiencias de interés:** a quiénes va dirigido el proyecto y su vinculación con el territorio. (infantil, juvenil, familiar, estudiantes, artistas escénicos, entre otros). Para orientaciones se sugiere revisar las cápsulas audiovisuales y descarga de documentos elaborado por la Unidad de Programación y Públicos del Mincap, sobre desarrollo de públicos. Lo puedes encontrar en el siguiente link: <https://programacionypublicos.cultura.gob.cl/capacitaciones-contenido/>

4. **Estrategias de difusión:** conjunto de acciones que dan a conocer el proyecto y que deben estar en concordancia con el objetivo general y específicos descritos en el plan. (las estrategias pueden ser comunicados de prensa, publicaciones en rrss, emailing, video promocionales, entrevistas, entre otras)
 - a. **Medios de difusión físicos o digitales propios:** producidos por la agrupación y/o proyecto, como por ejemplo: papelería, pendones, videos promocionales, redes sociales, entre otros. Se sugiere considerar al menos:
 - Nombre medio
 - Tipo de medio
 - Distribución (gratuita o pagada)
 - Cantidad de personas que accederán al medio



a. **Difusión en medios externos al proyecto**, producidos por otros agentes, pero que colaboren en el proyecto, como, por ejemplo: medios audiovisuales, páginas web, carteleras, medios escritos, entre otros. Se sugiere considerar al menos:

- Nombre medio
- Tipo de medio
- Distribución (gratuita o pagada)
- Cantidad de personas que accederán al medio

5. Presupuesto - Plan de Difusión: montos asociados a las acciones o estrategias que se utilizarán en el plan de difusión. Estos montos deben estar señalados claramente en el ítem de “Presupuesto” del FUP. En aquellas líneas en que se solicita completar el documento complementario llamado “**Presupuesto Detallado**”, incluir estos montos en ese documento.

6. Carta Gantt - Plan de Difusión: estimación de las acciones a realizar en los meses que dura el proyecto. Estas acciones deben estar señaladas claramente en el ítem de “Actividades” del FUP. En aquellas líneas en que se solicita completar el documento complementario llamado “**Presupuesto Detallado**”, incluir esas actividades en ese documento.