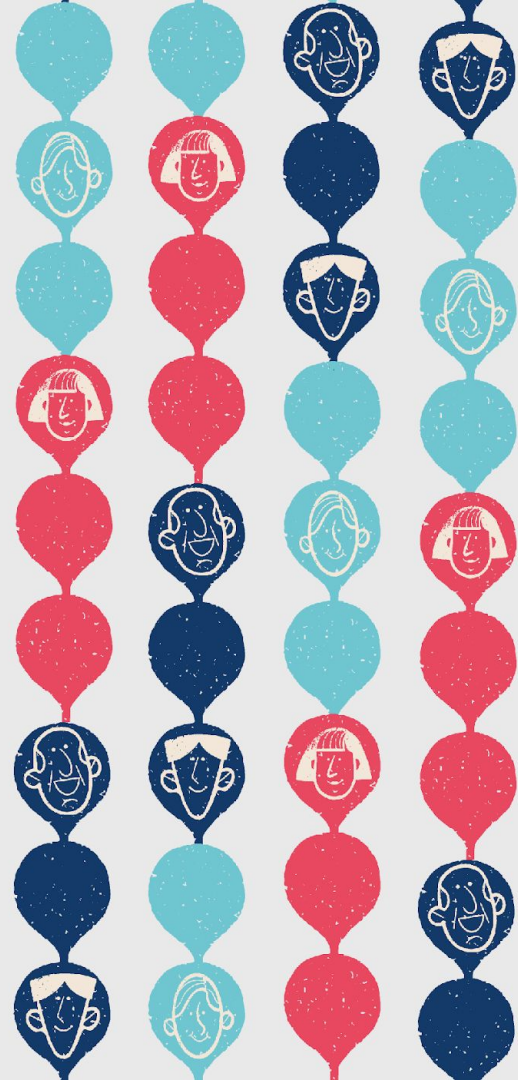


Fondo de la Música

Orientaciones para elaborar un Plan de Difusión Julio 2023



Convocatorias Cultura 2023-2024



¿QUÉ ES UN PLAN DE DIFUSIÓN?

Un plan de difusión contiene

1. Una idea base del contenido
2. Planificación de acciones y estrategias
3. Gestión de las vías de distribución y visibilización de un contenido determinado.

Del mismo modo, también puede contener las herramientas de comunicación y difusión para alcanzar el objetivo final, que consiste en dar a conocer -en este caso- un proyecto artístico; por ejemplo, mediante qué medios se utilizarán, si hay alianzas estratégicas con otras entidades, si se contemplan mecanismos de convocatoria de los/as asistentes, entre otros.



SE SUGIERE QUE UN PLAN CONTENGA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:



Objetivo General: Consiste en 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.



Objetivos Específicos: Corresponden a las metas a corto plazo que se deben realizar para poder alcanzar el objetivo general del plan de difusión. Se sugiere formular, como mínimo, tres objetivos específicos. Al igual que en el punto anterior, estos objetivos tienen relación al plan de difusión y no al proyecto en su totalidad.



SE SUGIERE QUE UN PLAN CONTENGA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:



Medios de difusión: Esta sección responde a la pregunta **¿cómo ejecutaré mi plan de difusión?** A continuación, explicaremos brevemente dos tipos de medios de difusión que suelen utilizarse para estos efectos:

1. Medios de difusión físicos o digitales propios: Nos referimos a aquellos producidos por la persona responsable y/o agrupación del proyecto, es decir, **son aquellos que no dependen de agentes externos al equipo de trabajo.**

Estos medios suelen ser creados con fines específicos al proyecto, y pueden ser tan diversos como considerar papelería (afiches promocionales, trípticos, etc.), pendones, videos promocionales, redes sociales, entre otros.

En tu formulación, te sugerimos considerar (si corresponde):

- a) Nombre del medio
- b) Tipo de medio
- c) Distribución (gratuita o pagada)
- d) Cantidad de personas que accederán al medio (datos cuantitativos).



SE SUGIERE QUE UN PLAN CONTENGA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:



2. Medios de difusión externos al proyecto: Nos referimos a aquellos que no son producidos por la persona responsable y/o agrupación del proyecto, es decir, **son aquellos que son producidos por otros agentes externos al equipo de trabajo**, pero que **colaboran en el proyecto**.

Estos agentes colaboradores, suelen ser medios establecidos con anterioridad a la ejecución del proyecto, como, por ejemplo, medios audiovisuales, páginas web, carteleras, medios escritos, medios radiales, entre otros.

En tu formulación, te sugerimos considerar al menos:

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



SE SUGIERE QUE UN PLAN CONTENGA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:



Presupuesto: Nos referimos a los montos asociados a las acciones, actividades y/o estrategias que se utilizarán para la ejecución de tu *plan de difusión*. Esta sección responde a la pregunta **¿cuánto me costará realizar mi plan de difusión?**

Es importante que, si tu proyecto cuenta con la colaboración de terceros durante la ejecución del Plan de Difusión, puedas identificar quiénes serán y cómo aportarán a la ejecución de tu propuesta. En el caso de contar con alianzas estratégicas con medios o instituciones público-privadas), es esencial que menciones y detalles qué tipo de aporte realizarán al proyecto, es decir, en qué acciones consistirá su participación y, **si estas acciones serán financiadas con recursos solicitados al Fondo, deberás señalar claramente dichos montos en el ítem de "Presupuesto" del Formulario Único de Postulación (FUP)**. Por ejemplo, gastos asociados a publicidad (ya sea en redes como en papelería), creación y mantención de páginas web, recursos destinados a la contratación de profesionales de las comunicaciones, entre otros.

Otro ejemplo, es que, en el caso de que un medio proporcione aportes valorados, los podrás incluir a modo de co-financiamiento en el ítem antes mencionado (avisos radiales, notas de prensa, aparición en medio televisivo local, etc.).



SE SUGIERE QUE UN PLAN CONTENGA LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:



Planificación y/o Carta Gantt: Corresponde a la estimación de la cantidad de acciones necesarias para llevar adelante la difusión de tu proyecto, así como el tiempo que tomaría cada una de ellas (por ejemplo, en términos de meses, semanas o días).

En esta sección se busca responder a la pregunta **¿cuáles son las acciones necesarias para la ejecución de mi plan de difusión?**

Te recordamos que dichas acciones deben ser señaladas claramente en el ítem de “Actividades” del FUP (Formulario único de postulación). Asimismo, **te sugerimos las acciones y actividades sean lo más detalladas posibles.** Ten presente que la comisión de especialistas no conoce tu proyecto, por lo que es importante que entregues la mayor cantidad de información posible para la correcta evaluación de tu propuesta.

Puedes complementar estas acciones y/o actividades con los montos solicitados en el ítem de “Presupuesto”.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE CONSTRUIR UN PLAN DE DIFUSIÓN?

Desde el Fondo para el Fomento de la Música Nacional, nos interesa invitarte a buscar los mecanismos más efectivos para que tu proyecto pueda llegar a más personas, y así fomentar la difusión y valoración de la música nacional.

Por lo mismo, y si bien tú, como responsable, tienes la facultad de escoger la(s) estrategia(s) de difusión que más te acomode(n), es relevante para nosotres mencionarte que tienes múltiples opciones para ello.

En ese sentido, **te sugerimos considerar la posibilidad de generar alianzas con medios externos u otras instituciones**, entendiendo que lo anterior te permitirá ampliar el círculo al que llegará la difusión del proyecto, a la vez que construyes vínculos con otros agentes (como, por ejemplo, medios de comunicación masivos, municipios, organizaciones no gubernamentales, redes sectoriales, entre otros).



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE CONSTRUIR UN PLAN DE DIFUSIÓN?

A modo de ejemplo, podrías considerar:

- Planes de comunicación en medios tradicionales: Considerando comunicados de prensa, entrevistas, notas en medios locales, etc.
- Planes de difusión en redes sociales: Los cuales deberían incorporar métricas de alcance, públicos objetivos, quién se hará cargo de la construcción del plan y de la actualización de dichas redes, publicaciones en redes sociales, entre otros aspectos).
- Alianzas asociativas con Instituciones: Algunos ejemplos son Municipios, ONGs, instituciones de educación superior, establecimientos educacionales u otras instituciones públicas o privadas.



PREGUNTAS FRECUENTES



Mi proyecto cuenta con el apoyo de medios de comunicación y/o instituciones ¿Dónde adjunto las cartas de compromiso de estos medios y/o instituciones?

Desde hace un par de convocatorias no contamos con un apartado para la carga de documentos que no sean exigidos por bases. Sin embargo, puedes incluir estos documentos en el apartado de "Presupuesto", ítem de "Co-Financiamiento" bajo el concepto de "Aporte valorado".



Quiero basar mi plan de difusión sólo en redes sociales, ¿seré mal evaluado/a/e?

Ten presente que la comisión de especialistas evaluará tu proyecto por sí solo, es decir, si tu proyecto no necesita de, por ejemplo, difusión con instituciones locales y/o medios tradicionales, y tu propuesta basada en la difusión exclusiva en redes sociales resulta coherente con los objetivos y resultados esperados de tu proyecto, puedes hacerlo. Recuerda que las acciones y estrategias deben ir en concordancia a los objetivos general y específicos planteados.



PREGUNTAS FRECUENTES



Soy artista y no tengo experiencia en la elaboración de un plan de difusión, ¿Tengo que contratar a una Agencia de Comunicaciones para mi proyecto?

No. No es necesario que contrates a una agencia especializada para la formulación de tu plan de difusión y postulación a la presente convocatoria. Ten presente que, además de evaluar el plan de difusión, se evaluarán las competencias curriculares del equipo de trabajo para ejecutar las labores propuestas, por lo que te sugerimos incluir a alguien con experiencia -ya sea laboral o académica- en el área, para asegurar la correcta concreción del plan de difusión.



¿Es necesario que incluya como parte del equipo de trabajo a un/a periodista o community manager?

Al igual que en la respuesta anterior, la comisión de especialistas evaluará tu proyecto en base a las necesidades de tu propuesta, por lo que no existen roles obligatorios a la hora de desarrollar tu propuesta. Sin embargo, ten presente que se evaluará que quienes desarrollen las labores durante la ejecución de tu proyecto, cuenten con experiencia laboral y/o conocimientos académicos en torno a las labores que desarrollarán. Dicho lo anterior y a modo de ejemplo, si tu proyecto basa su difusión en redes sociales o gestión de notas de prensa, sería deseable que incluyas a profesionales en el área para así asegurar la correcta ejecución de tu proyecto.





Convocatorias Cultura 2023-2024

