PROTOCOLO DEL PLAN DE DIFUSIÓN

Objetivo

Como parte de la metodología para el cumplimiento de las metas en cuanto a cantidad y perfil de jóvenes matriculados, el objetivo del plan de difusión es poder establecer tiempos y actividades específicas. Con este plan, el equipo coordinador tiene la posibilidad de monitorear lo que se está realizando en cada una de las sedes de servicios con el equipo operativo y contar con información pertinente para la toma de decisiones.

¿Qué es un Plan de difusión?

Es un cronograma de actividades a realizar por el facilitador, consejero y mentor para el reclutamiento de los participantes del programa, donde se establecen estratégicamente día, hora, actividad, responsable, lugar y el tiempo que se ocupara para hacer cada actividad.

¿Cómo se realiza un Plan de difusión?

El facilitador convoca a una reunión a sus colaboradores (consejero y mentor), especificando día, hora y lugar de reunión, primero se hace una lluvia de ideas sobre estrategias efectivas de como invitar a los jóvenes al programa, se revisa con qué materiales de difusión se cuenta y qué tan viables pueden ser las actividades dependiendo de la geografía social del sector, así como  los tiempos en que se pueden llevar a cabo para alcanzar la meta esperada de jóvenes por grupo. Por último, se realiza un cronograma de todas la tareas; el equipo se compromete a llevarlo a cabo y se socializa con el Coordinador del programa.

¿Quienes participan en la elaboración y ejecución del Plan de difusión?

Facilitador, Consejero, Mentor y staff de oficina.

¿Cuándo se realiza un  Plan de difusión?

* Se realiza desde el primer día del proceso de difusión y reclutamiento, para definir las estrategias a seguir durante el mismo.
* Se recomienda un día para trabajar en equipo en su elaboración. Una vez terminado se envía al Coordinador del programa para su retroalimentación y seguimiento.
* Para que este plan tenga mayor impacto, estratégicamente se requieren por lo menos tres semanas para su ejecución. La primer semana se hacen actividades relacionadas con difusión en medios de comunicación masiva por parte del equipo coordinador; la segunda y tercer semana el equipo operativo, además de actividades de difusión en campo, lleva a cabo las entrevistas de selección de los participantes.

¿Dónde se elabora el Plan de difusión?

El lugar puede ser en la sede de servicios donde se ofrecerá el taller de formación, en la oficina de la institución implementadora, u otro lugar. El único requisito para realizarlo es que se tenga la opinión del equipo completo de la sede correspondiente.

¿Cómo se ejecuta un Plan de difusión?

Las actividades durante las tres semanas para difusión pueden variar en relación a las decisiones que tome el equipo operativo, sin embargo se sugiere que se lleven a cabo las actividades a continuación descritas:

* El facilitador, consejero y mentor  hacen juntos la planeación, donde definen las estrategias y documentan el plan, enviándolo al Coordinador del programa para su retroalimentación y seguimiento (Anexo 1).
* Se gestiona cita previa con el encargado de la sede de servicios de preferencia con alguien del equipo coordinador para entregarle el oficio dirigido a la sede con la autorización de la dirección general del mismo (ya sea municipal o estatal o particular), fichas de registro[[1]](#footnote-1), volantes y pósters, se le explica la planeación que realizó el equipo así como las fechas de entrevistas para que pueda ofrecer un espacio para las mismas. Durante la cita inicial se busca en la presentación con los encargados del lugar hacerlos aliados y explicarles con detalle el programa.
* Una de las actividades a desarrollar es el mapeo de zona; durante el cual se busca la identificación de activos comunitarios (líderes, personas claves), incluyendo puntos estratégicos para pegar la publicidad.(tiendas, parques, iglesias, escuelas, parada de autobuses) y conocer los horarios donde exista mayor afluencia de jóvenes.
* Repartir volantes, lo interesante del volanteo radica en que se debe tener claridad del mensaje a transmitir acerca de los servicios que se ofrecen y el perfil deseado para evitar desperdiciar material de difusión sin ningún sentido o finalidad de impacto positivo para el reclutamiento. el criterio del facilitador, consejero o mentor filtra y selecciona a quien ofrecer la información acompañada de un volante.
* Estar en la sede de servicios para recibir a la gente que se acerque a preguntar por información del programa.
* Coordinarse con Mentor y consejero por horas y días.
* En la misma sede de servicios acudir y hacer la invitación a los diferentes grupos que ya tienen actividades.

Recomendaciones:

* Si van a tomar fotografías, que sea con previa autorización del propietario del lugar y de las personas que salen en la fotografía. Tengan de forma visible su gafete. Lleven consigo pluma y papel para registrar los contactos que realicen, no lleven cosas de valor visibles.
* La primera semana requiere del trabajo en equipo ya que las actividades son en un lugar desconocido y por seguridad es mejor ir más de una persona.
* La invitación por medios de comunicación, como prensa, radio y televisión  se prevé con anticipación para que pueda difundirse durante la primera semana para captar más participantes,
* Convocar a juntas informativas promocionando el programa con grupos de varias personas.
* Haber estudiado la guía para entrevista de selección y conocer las preguntas oportunas.
* Cuando se hace la invitación a los grupos que ya asisten a las diversas actividades de la sede de servicios se les ofrece una cita posterior para mayores informes y detalles del programa, hacer su pre-registro y entrevista.
* Hacer perifoneo
* Durante la primera semana de difusión si el equipo de campo observa que hay poca respuesta de la comunidad, debe informar inmediatamente al staff coordinador e ir pensando en opciones alternas para cambiar de sede o nuevas estrategias de difusión distintas a las planeadas con anticipación.
* Material básico requerido:

1. Volantes
2. Fichas de registro
3. Gafete
4. Plumas

* Ver abajo (Anexo 1) un ejemplo de plan de difusión.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Anexo 1 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Día | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V |
| Actividad | Semana 1 | | | | | Semana 2 | | | | | Semana 3 | | | | |
| Diseño de Plan de difusión y reclutamiento | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Recorridos de las colonias (mapeo de zona para identificar aliados) | X | X | X |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Difusión en parques y calles de la colonia |  |  | X |  |  |  |  | X |  |  |  |  | X |  |  |
| Perifoneo |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  | X |  |  |  |  |
| Volanteo (escuelas, iglesias, centros comerciales) |  | X |  | X |  | X |  | X |  |  | X |  | X |  |  |
| Llamadas telefónicas y redes sociales |  |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| Entrevistas de selección |  |  | X | X | X |  |  | X | X | X |  |  | X | X | X |



1. Ficha de Registro es un formato diseñado para registrar a los jóvenes interesados durante el proceso de difusión y reclutamiento. [↑](#footnote-ref-1)