

Modelo de gobierno del Plan de Digitalización de las AAPP

Plan de Comunicación

Technical Support Instrument

Supporting reforms in 27 Member States



Funded by
the European Union



This document was produced with the financial assistance of the European Union. Its content is the sole responsibility of the author(s). The views expressed herein can in no way be taken to reflect the official opinion of the European Union.

The project is funded by the European Union via the Technical Support Instrument, managed by the European Commission Directorate-General for Structural Reform Support.

This report has been delivered in January 2025, under the EC Contract No. SRSS/2018/01/FWC/002. It has been delivered as part of the project “ICT Strategy of the state administration and modernisation plan for the public administration”.

© European Union, 2025



The Commission's reuse policy is implemented by Commission Decision 2011/833/EU of 12 December 2011 on the reuse of Commission documents (OJ L 330, 14.12.2011, p. 39 – <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/2011/833/oj>).

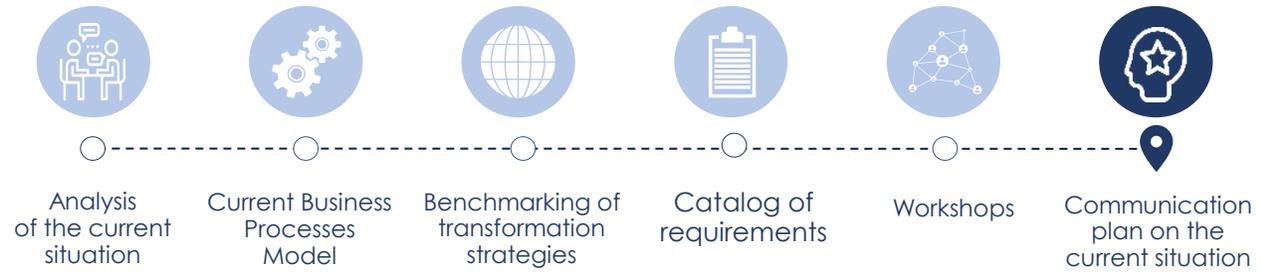
Unless otherwise noted, the reuse of this document is authorised under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) licence (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). This means that reuse is allowed, provided that appropriate credit is given and any changes are indicated.

Directorate-General for Structural Reform Support

REFORM@ec.europa.eu
+32 2 299 11 11 (Commission switchboard)
European Commission
Rue de la Loi 170 / Wetstraat 170
1049 Brussels, Belgium

1. Executive Summary

This deliverable is part of the **phase 2 of the project to define the Governance Model of the Digitalization Plan of the Public Administrations**, where the main objective of this phase 2 is to analyze the current situation.



This document contains the **Communication Plan** corresponding to **Deliverable 6 (D6) “Communication materials on current situation analysis and project next steps”**. It’s 1st deliverable is specifically this **Communication Plan** that contains the following sections: 1) Executive summary, 2) Introduction, 3) Goals of the deliverable, 4) Objectives and needs of the Communication Plan, 5) Elements of the Plan, 6) Communication actions segmented by target audience and 7) Actions planning.

The **main objective** of this deliverable 6 **Communication plan** is to **identify actions** to be **developed in each phase of the communication process**. The Plan will specify **objectives and needs, elements** of the Plan (issuers -of internal and external actions-, audience -stakeholders, citizens, others-, roles of each of the stakeholders in the Communication Plan, messages -of the evolution of the project or of the dissemination of results- and channels), **specific communication actions** and their **planning**.

1.1 Objectives of the Communication Plan

The **objectives** of the proposed Communication Plan are presented jointly for the **three PDAP Axes**.

Communication Objectives

- **Report the progress** of the **PDAP**.
- **Promote a shared vision** of the **PDAP**.
- **Share the monitoring system** with counterpart entities (SEDIA).
- **Create an image of transparency and uniformity**.
- **Share the global benefits** associated with the new ways of working.
- **Inform** about **PDAP progress**.
- **Facilitate** activity **reporting**.
- **Training** on the PDAP **monitoring system**.
- **Standardize** technical terminology.
- **Articulate a feedback mechanism** specific for each area.

Cross-cutting communication objectives are also included:

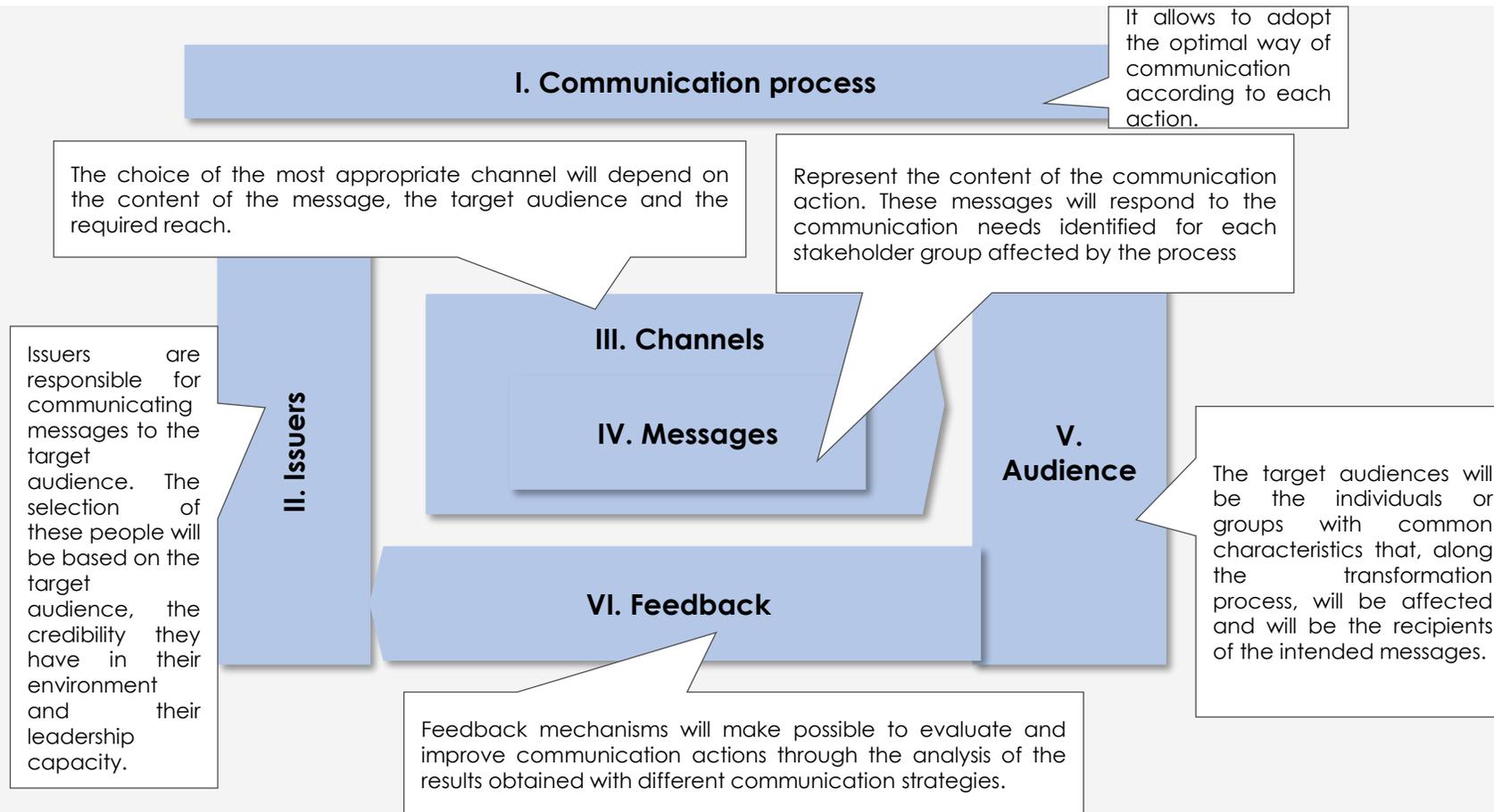
#INFORM

#TRAIN

#DISSEMINATE

1.2 Communication process

The Communication Plan includes the **definition** of the **communication objectives**, the **communication elements** and the definition of the **communication actions**, their **implementation and follow-up**.



1.3 Communication strategy

Taking into account **communication needs** and communication elements defined, **the following actions** are considered appropriate for the communication process (when the communication plan starts).

Actions during AS-IS

Code	Phase 1	Action	Objetive	Issuers	Channels	Message	Audience
C01	Week 1	Global Email	Inform	SGAD	Email	Awareness of the importance of PDAD	SGAD Staff
C02	Week 1	Introductory meeting	Inform	SGAD	Offline/Online	Presentation of the project and associated documentation to explain the project inception	SGAD
C03	Week 3 and following	Newsletter	Inform	SGAD	Email	Report the progress of SGAD projects	Audience of three axes, ONTSI y SEDIA

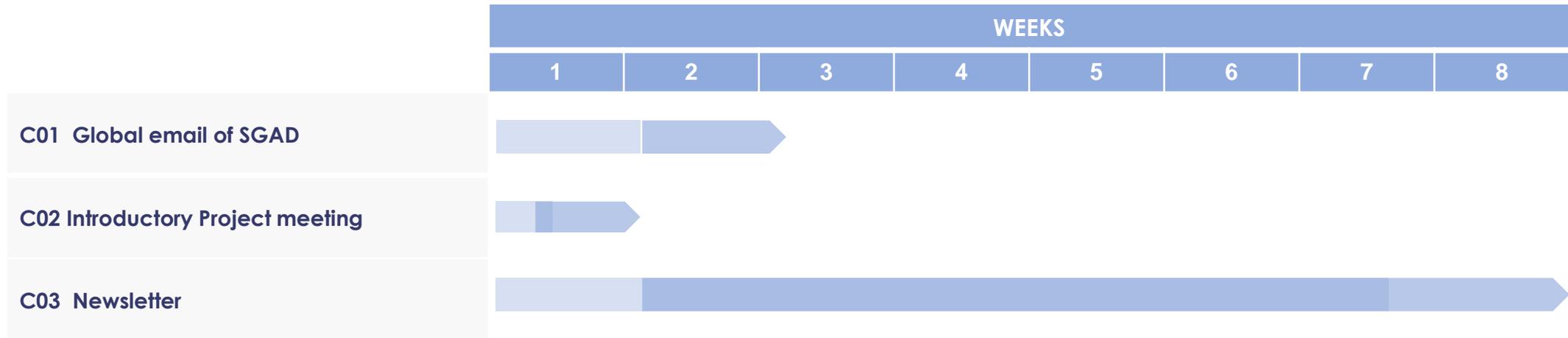
Actions during TO-BE

Code	Phase	Action	Action	Issuers	Channels	Message	Audience
C04	Week 2 and following	Infographics	Train and Inform	SGAD	Email/Intranet	Informative messages of the new monitoring system	Audience of the three axes
C05	Week 3	Training meetings	Train and Inform	SGAD	Offline/Online	Training content to inform about the criteria to be followed	Audience of the three axes
C06	Week 3 and following	Procedure manuals	Train and Inform	SGAD	Offline/Email	Unified the monitoring system	Audience of the three axes
C07	Week 3 and following	Communication pills (posters, videos)	Train and Inform	SGAD	Email/Intranet	Efficient communication about the reporting procedure implemented	Audience of the three axes
C08	Week 4 and following	FAQs documents	Train and Inform	SGAD	Email/Intranet	Distribution of frequently asked questions or suggestions	Audience of the three axes
C09	Week 8	Final project meeting	Inform	SGAD	Offline/Online	Distribution of end-of-project documentation	Audience of the three axes

1.4 Schedule

Communication actions are scheduled over a period of **8 weeks**, of which **5 weeks are pre-launch** and the **remaining 3 weeks** will be **post-launch**.

Actions during AS-IS



Actions during TO-BE



Índice

1. Introducción

- 1.1 Introducción y Contexto
- 1.1 Objetivos del documento
- 1.3 Estrategia de comunicación
- 1.4 Procesos de comunicación

2. Elementos del Plan de Comunicación

- 2.1 Actividades, Análisis y Diseño
- 2.2 Matriz de comunicación

3. Acciones de comunicación

4. KPIs

01

Introducción

1. Introducción

1.1 Introducción y contexto

El **objetivo principal de este proyecto** es el abordaje de un camino único, de ámbito nacional, para la gobernanza y seguimiento de los proyectos incluidos en el Plan de Digitalización de las AAPP, que permita su armonización tecnológica y metodológica.

Dentro de la **fase 2** del proyecto, “**Análisis de la situación actual, modelado de procesos**”, se presenta un **Plan de Comunicación** que oriente la puesta en marcha de las acciones comunicativas más relevantes y las otorgue solidez, consistencia y coherencia para alcanzar su máxima eficacia.



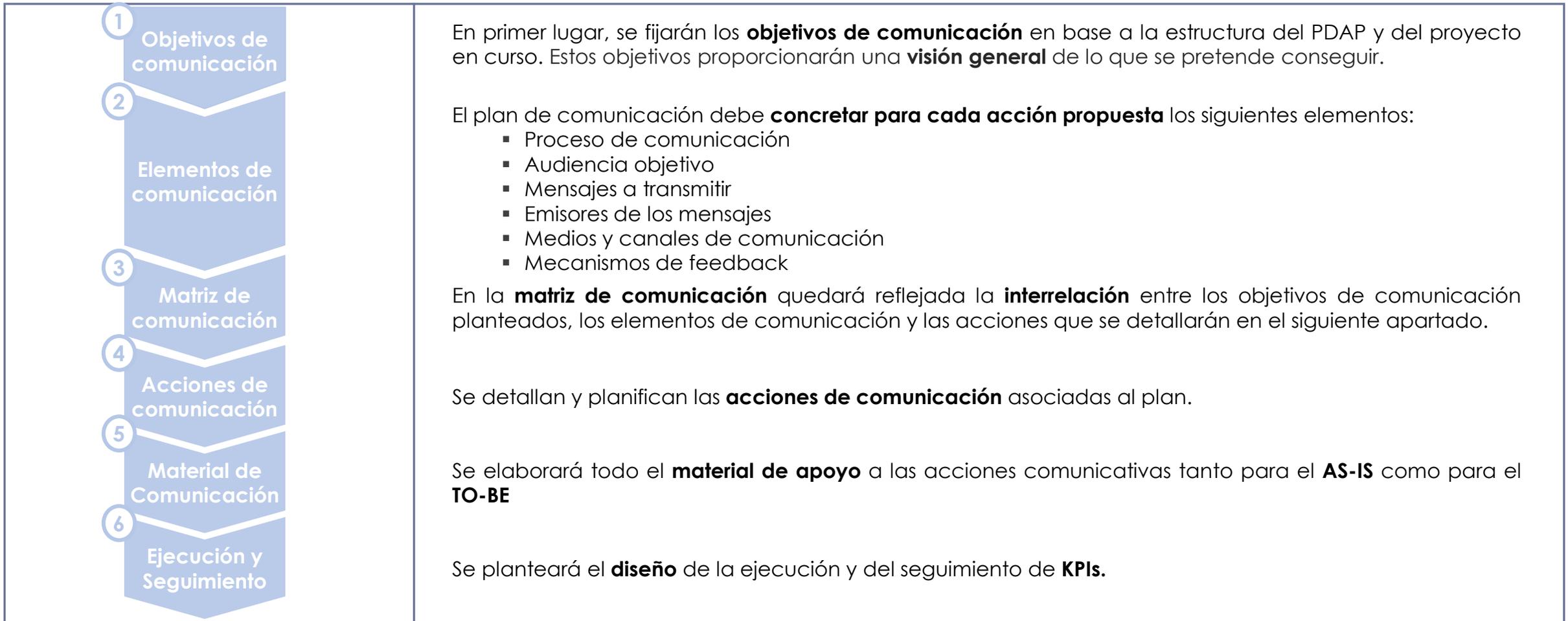
1.2 Objetivos de este documento

- 1 Establecer una estrategia de comunicación
- 2 Plantear acciones concretas de comunicación para el AS-IS y el TO-BE
- 3 Lograr una comunicación eficaz

1.3 Estrategia de Comunicación

El Plan de Comunicación comprende la definición de los **objetivos** de comunicación y de los **elementos** de comunicación en primer lugar, hasta las acciones de comunicación y su ejecución y seguimiento.

1.3.1 Alcance del Plan de Comunicación



1.3.2 Palancas del Plan de Comunicación

Se definen las siguientes **palancas de comunicación** que recogen el **objetivo último** del presente plan y **sintetizan** los factores que facilitarán su **puesta en marcha** y **adecuado desarrollo**. Se basan, además, **en los cuatro principios** definidos a lo largo de esta segunda fase: homogeneidad, sencillez, aprovechamiento de recursos y automatización de procesos.

- #01 **Explicar** a los agentes involucrados el **contexto, los criterios aplicados, los hitos** relevantes y los **flujos de información**.
- #02 **Hacer partícipes** a todos los agentes en **el sistema de seguimiento y reporte** aplicado para lograr un mayor aprovechamiento de los recursos.
- #03 **Formar** y acompañar a los **profesionales** para que adquieran los conocimientos básicos y **apliquen** las **nuevas metodologías** con el fin de **homogeneizar** criterios.
- #04 **Incentivar** la proactividad en los agentes y generar **colaboración**, divulgando los beneficios de la coordinación y de la participación de todos.
- #05 **Fomentar la simplificación** de los **flujos de comunicación** e información, también mediante la automatización de los procesos de reporte.

Homogeneidad

Sencillez

Aprovechamiento de recursos

Automatización

1.3.3 Objetivos del Plan de Comunicación

Los **objetivos** del **Plan de Comunicación** propuesto se presentan de manera conjunta para los tres **Ejes del PDAP**.

Objetivos de comunicación

- **Reportar el seguimiento** sobre el avance del **PDAP**.
- **Crear y promover una visión compartida** sobre el PDAP.
- **Dar a conocer** el sistema de seguimiento a entidades homólogas (SEDIA).
- **Generar imagen de transparencia y homogeneidad**.
- **Trasladar los beneficios** globales asociados a las nuevas formas de trabajo.
- **Reportar el seguimiento** sobre el avance del **PDAP**.
- **Facilitar el reporte de actividades**.
- **Formar** sobre el **sistema de seguimiento** del PDAP.
- **Homogeneizar** el lenguaje tanto para el reporte como para la ejecución de los proyectos.
- **Articular un mecanismo de retroalimentación** y comunicación bidireccional específica para cada área.

También **se recogen objetivos transversales** a los **tres Ejes** en materia de **comunicación**:

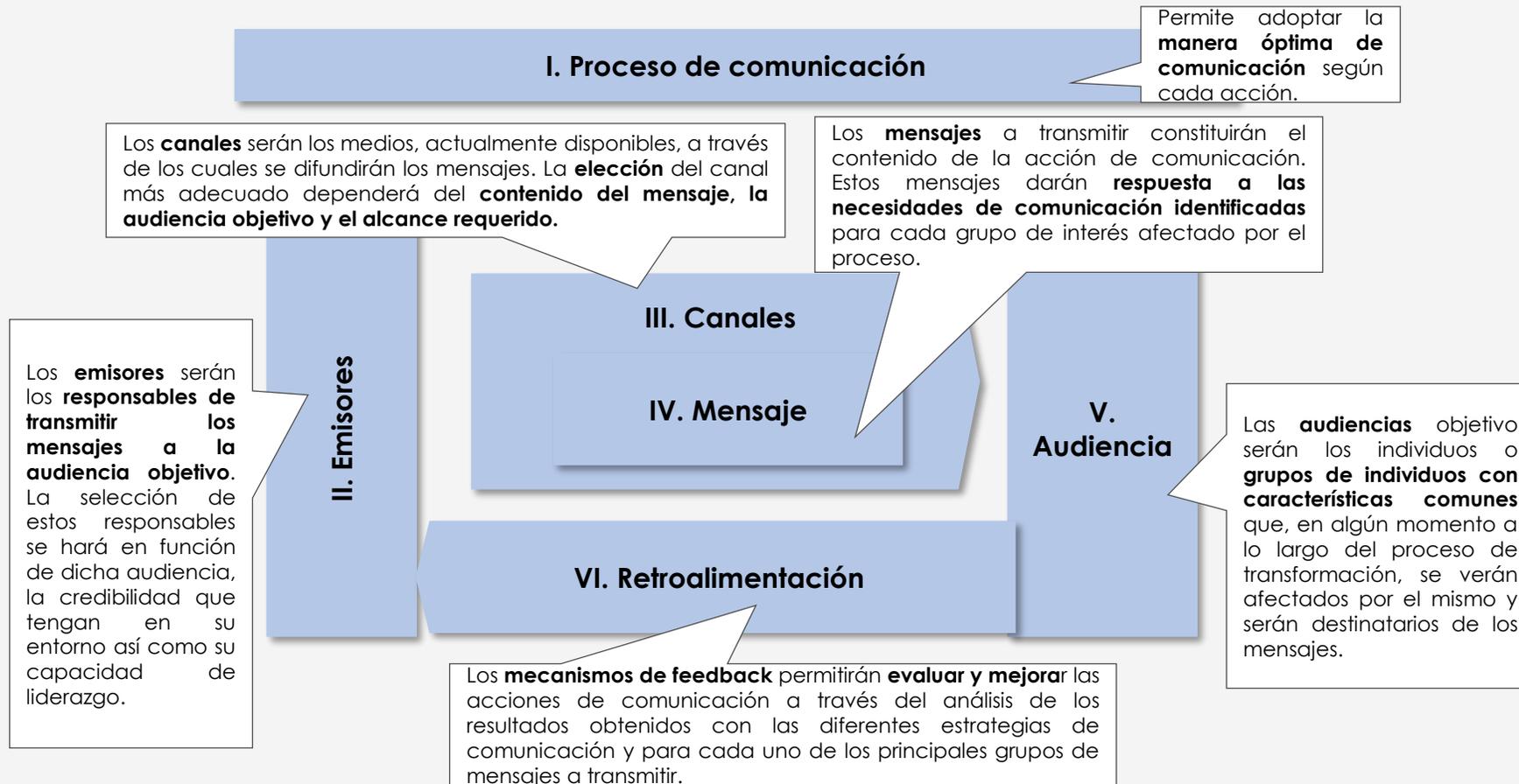
#INFORMAR

#FORMAR

#DIVULGAR

1.4 Proceso de comunicación

El proceso de comunicación cuenta con diferentes elementos que permitirán alcanzar el objetivo final del Plan.



02

Elementos del Plan de comunicación

2.1 Actividades, Análisis y Diseño

En base a los objetivos perseguidos se llevará a cabo un tipo de comunicación sin intermediarios (Big Bang) o en cascada. Generalmente se apostará por una comunicación en cascada, no obstante en algunos momentos se necesitará llevar a cabo comunicaciones sin intermediarios. Dependerá del público objetivo al que se dirijan los mensajes. Para ello, la **SGAD** deberá atender a los distintos **actores** que intervienen en la **ejecución** de los **EJES** del **PDAP**.

1) Proceso de comunicación

 TIPO DE PROCESO

 DETALLE

 ILUSTRATIVO PROCESO

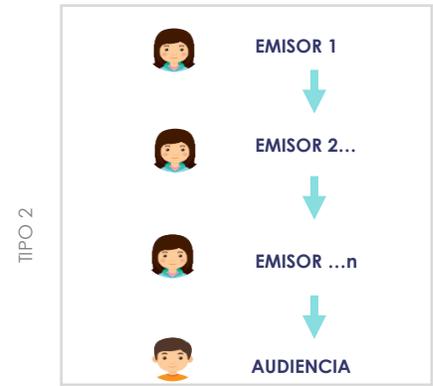
1. Proceso de comunicación sin intermediarios

- Este proceso consiste en realizar las **comunicaciones directamente** al **público objetivo**.
- **Beneficios:**
 - Comunicación clara y concisa
 - Inmediatez en las comunicaciones
 - Facilidad de seguimiento
 - Homogeneidad en el mensaje



2. Proceso de comunicación en cascada

- Para **alcanzar** a la **totalidad de la organización**, e involucrar a múltiples agentes en la ejecución de proyectos, ciertas acciones de comunicación se realizarán **mediante intermediarios**
- **Beneficios:**
 - Involucración de las capas intermedias
 - Mayor impacto en la audiencia
 - Posibilidad de detectar los fallos en la comunicación



II) Emisores

La credibilidad y el liderazgo de los difusores de la información es clave para lograr impacto en la comunicación. **Los emisores** se deberán seleccionar en **base al público objetivo y al mensaje de la comunicación.**

A continuación, se listan los posibles **emisores de la SGAD.**

TIPO DE EMISOR	ROL	¿QUIÉNES SON?
INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Son aquellos que ejercen un papel representativo como emisores. ▪ Pueden enviar el mensaje ellos mismos, o simplemente firmarlos y responsabilizarse de su publicación. ▪ Se encargarán de unificar los mensajes de la comunicación externa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirección de la SGAD ▪ Gabinete ▪ Área de comunicación
PMO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocen el proyecto y son referentes, por lo que actúan como emisores en acciones concretas dirigidas a las personas bajo su ámbito de influencia. ▪ Se responsabilizan de potenciar la comunicación interna a nivel técnico. Además son relevantes para: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las acciones clave. ▪ Coordinar las acciones existentes y nuevas. ▪ Facilitar la puesta en marcha de todas ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PMO <ul style="list-style-type: none"> ▪ PMO Estratégica ▪ PMO Operativa

III) Canales de comunicación

A continuación, se detallan los canales de los que se disponen para realizar las comunicaciones y se diferencia entre canales *online* y canales *offline*:

Canales Online:

A. Correo electrónico



- Constancia escrita
- Mensajes concisos
- Rápida asimilación
- Efectivo para acciones urgentes
- Facilidad de uso
- Gran alcance
- Posibilidad de adjuntar más información



- Dificultad en la medición
- Abuso del canal (uso constante tendencia a no prestar atención a correos corporativos)
- Impersonal
- Unidireccional
- Puede ser ignorado con facilidad

Utilizaremos el correo para comunicaciones generales dirigidas a la plantilla de la SGAD, estas comunicaciones deberán siempre estar reforzadas por el envío de las mismas por otro canal (ya sea mediante Teams, intranet o herramientas internas de comunicación).

En toda campaña habrá siempre una comunicación por email que deje constancia de la misma.

Canales Offline:

B. Intranet



- Toda la información concentrada en un mismo lugar
- Existe cultura de uso en la organización
- Se conoce cómo está organizada la intranet



- Visualizaciones menores
- Comunicación puntual, no eficaz para comunicaciones rápidas
- Log in previo
- Muy generalista

La Intranet de cada entidad servirá como repositorio de información, donde la plantilla debe acudir si ha recibido alguna comunicación, si necesita mayor detalle, o para revisar la misma.

Asimismo, cumplirá el objetivo de dar a conocer el sistema de seguimiento y reporte del PDAP, así como la evolución de su ejecución

Canales Offline:

A. Presencial



- Genera interés y cercanía
- Capta atención de la audiencia
- Trato personalizado
- Feedback inmediato



- Dificultad en la medición
- Consumo elevado de tiempo
- Problemas con la asistencia
- Posibles problemas con la planificación

La comunicación presencial se deberá organizar tanto entre el **personal interno** de la propia **SGAD**, como entre **la SGAD** y el **resto de agentes involucrados** en el **seguimiento y reporte de los proyectos**.

Para ello, se deberán organizar **reuniones de formación para la unificación de criterios**, reuniones de **seguimiento, o de solicitud de información**, una vez bien definidos los **flujos de comunicación**. Es recomendable que este tipo de comunicación también esté reforzada mediante el envío de documentación.



IV) Mensajes

El mensaje es un elemento clave en el plan de comunicación de la SGAD. Es la **información clave** a transmitir en las acciones de comunicación y persigue alcanzar **la máxima pregnancia** en el **público objetivo**.

Los mensajes se encuadrarán en torno a los **3 Ejes del PDAP**, dado que cada uno de ellos tiene una audiencia específica y unos involucrados en particular.

Mensajes para EJE 1

Para el **Eje 1** se pondrá el foco, principalmente mediante la **comunicación sin intermediarios**, en:

- **Dar a conocer los proyectos** de los que es responsable la SGAD.
- **Informar** sobre el **sistema de monitorización y seguimiento** de los mismos para **unificar** criterios.
- **Explicar y formar** al personal de la propia SGAD sobre el **sistema de reporte**.
- Generar un sistema homogéneo que pueda ser trasladado al resto de agentes implicados.

Mensajes para EJE 2 y EJE 3

Se llevará a cabo mediante **comunicación con intermediarios** y se centrará en:

- **Informar** sobre el **sistema de monitorización y seguimiento** para homogeneizar criterios (también a nivel de comunicación).
- **Formar** sobre el mismo para que todos los **agentes implicados en la ejecución de proyectos** lo apliquen.
- **Establecer canales de información** con las Unidades TIC de los Ministerios Tractores, CCAA y EELL.
- Realizar **comunicaciones específicas** para dar a conocer sus planes y proyectos.

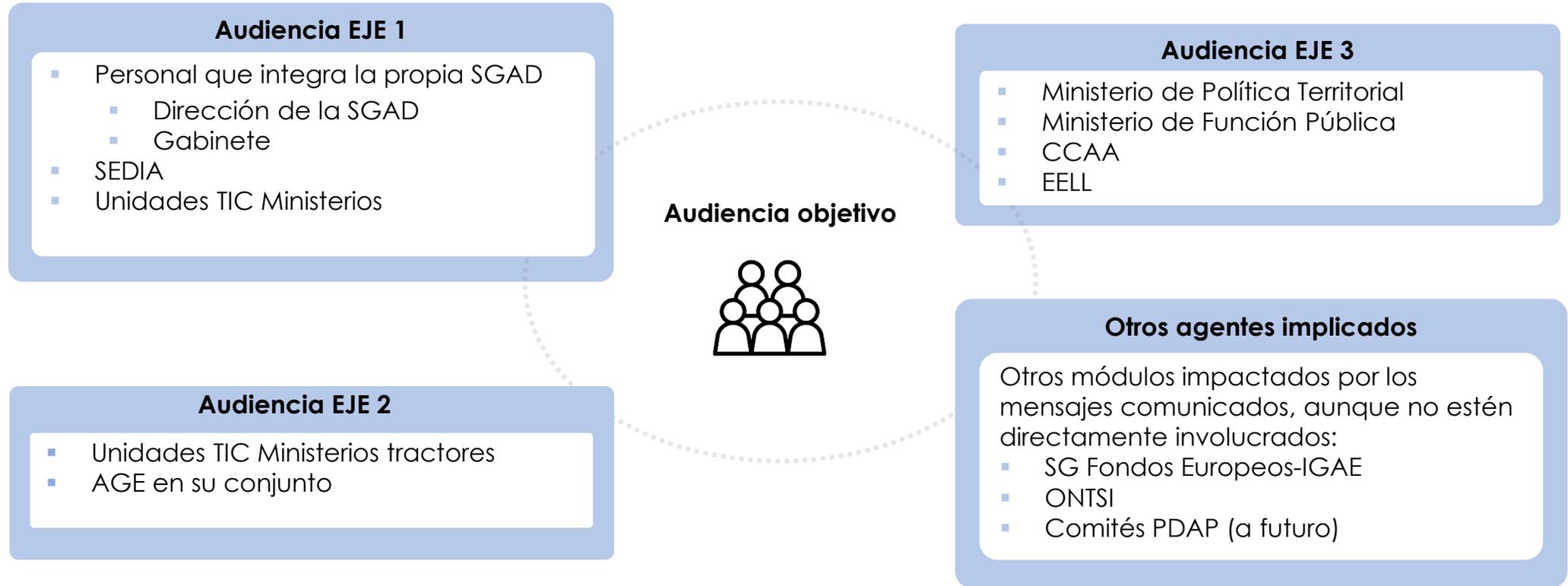
Mensajes globales y divulgativos

En paralelo, a las comunicaciones específicas en función de los procesos de comunicación y de los actores involucrados en el proceso, se elaborarán:

- **Mensajes genéricos** que tengan como **objeto principal la divulgación de los avances y progresos del PDAP**.
- **Mensajes genéricos** sobre el **seguimiento** de la ejecución de los tres Ejes del PDAP.
- **Mensajes sobre la ejecución del presente proyecto y sobre los hitos alcanzados**

V) Audiencia

Si bien la audiencia hace referencia al **público objetivo** de los mensajes, muchas veces pueden existir otros receptores **indirectamente impactados** o externos con influencia en los procesos



VI) Retroalimentación

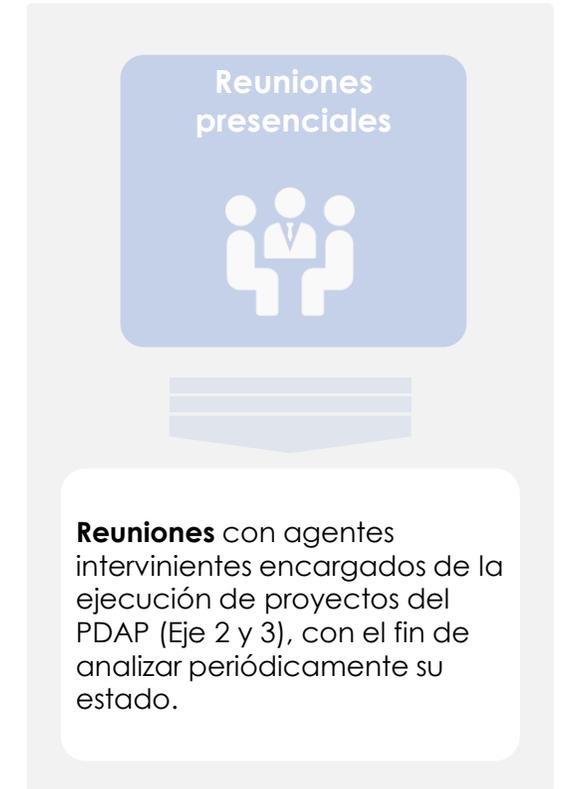
Los mecanismos de **feedback** ofrecen información muy valiosa, y garantizan ofrecer un canal que permita la **direccionalidad**. Existiendo una **preferencia** global entre los diferentes colectivos por la dirección **bidireccional**.

Se definirán más detalladamente en el apartado de KPI's.

Mecanismos Online



Mecanismos Offline



2.2 Matriz de comunicación

Teniendo en cuenta las necesidades de comunicación detectadas y los elementos de comunicación definidos en la estrategia, **se considera oportuno realizar las siguientes acciones** (trazadas con los diferentes **elementos del proceso de comunicación**), **una vez se acuerde el inicio del plan de comunicación.**

Acciones durante el AS-IS

Código	Fase 1	Acción	Objetivo	Emisores	Canales	Mensaje	Audiencia
C01	Semana 1	Email generalizado	Informar	SGAD	Correo electrónico	Concienciación sobre la importancia del PDAD	Plantilla de SGAD
C02	Semana 1	Sesión de presentación	Informar	SGAD	Presencial/canales online	Presentación del proyecto y documentación asociada para exponer el inicio del mismo	Dirección SGAD
C03	Semana 3 y ss	Newsletter	Informar	SGAD	Correo electrónico/canales online	Informar sobre el avance de los proyectos de la SGAD	Audiencia de los 3 ejes, ONTSI y SEDIA

Acciones durante el TO-BE

Código	Fase 1	Acción	Objetivo	Emisores	Canales	Mensaje	Audiencia
C04	Semana 2 y ss	Infografía	Formar e Informar	SGAD	Correo electrónico/Intranet	Mensajes divulgativos y explicativos sobre el nuevo sistema de seguimiento	Audiencia de los 3 ejes
C05	Semana 3	Reunión explicativa	Formar e Informar	SGAD	Presencial/Online	Contenido formativo para comunicar e informar sobre los criterios que se deben seguir como entidad ejecutora	Audiencia de los 3 ejes
C06	Semana 3 y ss	Manuales de procedimientos	Formar e Informar	SGAD	Presencial/Correo electrónico	Información unificada sobre el sistema de seguimiento de proyectos	Audiencia de los 3 ejes
C07	Semana 3 y ss	Píldoras formativas (carteles, vídeos)	Formar e Informar	SGAD	Correo electrónico/Online/Intranet	Comunicación sencilla sobre el procedimiento de reporte implementado	Audiencia de los 3 ejes
C08	Semana 4 y ss	Documento de FAQs	Informar	SGAD	Correo electrónico/Online/Intranet	Distribución de preguntas o sugerencias más frecuentes para su aclaración y aprendizaje	Audiencia de los 3 ejes
C09	Semana 8	Sesión final de proyecto	Informar	SGAD	Presencial/Online	Distribución de documentación de final de proyecto	Audiencia de los 3 ejes, ONTSI, SEDIA

03

Acciones de comunicación

3. Acciones de comunicación

3.1 Acciones de comunicación para la fase de AS-IS



C01 EMAIL GENERALIZADO DE LA DIRECCIÓN DE LA SGAD

OBJETIVO

Comunicar de manera generalizada los proyectos del PDAP y el sistema de seguimiento.

DETALLE

Correo informativo, enviado desde la dirección de correo electrónico corporativa de la Dirección de la SGAD, en la que se comunicará a la plantilla los proyectos y el sistema de control de los mismos.

ACTIVIDADES

1. Diseñar comunicado a lanzar por la Dirección de la SGAD
2. Validar comunicado
3. Lanzar comunicado por parte de la Dirección de la SGAD

KPIs

- Nº de emails recibidos

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| » PROCESO DE COMUNICACIÓN: | Sin intermediarios |
| » EMISOR/EJECUTOR: | Dirección de SGAD |
| » CANAL: | Correo electrónico |
| » AUDIENCIA: | SGAD |
| » MENSAJE: | Introducción y presentación de proyectos y sistema de seguimiento |



C02 SESIÓN DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

OBJETIVO

Comunicar de manera interna la presentación del proyecto a la Dirección de la SGAD.

DETALLE

Realizar una sesión de presentación del proyecto presentando la documentación asociada para comunicar a nivel interno el inicio del mismo.

ACTIVIDADES

1. Exponer el inicio del proyecto
2. Generar mensajes de introducción
3. Incorporar el feedback recibido

KPIs

- Porcentaje de asistencia
- Recepción de sugerencias

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA	
ELEMENTO	DETALLE
» PROCESO DE COMUNICACIÓN:	Sin intermediarios
» EMISOR/EJECUTOR:	SGAD
» CANAL:	Presencial/Canales Online
» AUDIENCIA:	Dirección SGAD
» MENSAJE:	Presentación del proyecto



C03 NEWSLETTER

OBJETIVO

Divulgar los avances más recientes sobre la implementación y el progreso de los proyectos del PDAP en su conjunto, así como las buenas prácticas adoptadas.

DETALLE

Lanzar mensajes divulgativos y genéricos a la AGE en su conjunto sobre el avance de los proyectos de todos los Ejes para dar a conocer las novedades recientes sobre iniciativas o acciones adoptadas durante la ejecución del PDAP.

ACTIVIDADES

1. Dar a conocer las últimas iniciativas adoptadas
2. Generar mensajes de avance y progreso
3. Validar la información reportada

KPIs

- Visualizaciones de la newsletter

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO	DETALLE
» PROCESO DE COMUNICACIÓN:	Sin intermediarios/en cascada
» EMISOR/EJECUTOR:	SGAD
» CANAL:	Correo electrónico/Canales Online
» AUDIENCIA:	Audiencia de los 3 ejes, ONTSI y SEDIA
» MENSAJE:	Presentación de avance de los proyectos

3.2 Acciones de comunicación para la fase TO BE



C04 INFOGRAFÍA SOBRE EL NUEVO PROCESO DE SEGUIMIENTO

OBJETIVO

Divulgar el nuevo proceso de seguimiento de manera sencilla y entendible para la gestión de los proyectos del PDAP.

DETALLE

Lanzar mensajes divulgativos y genéricos sobre el nuevo sistema de seguimiento organizado según los proyectos de cada Eje, para dar a conocer de forma dinámica en qué consiste el nuevo sistema de seguimiento y reporte establecido.

ACTIVIDADES

1. Generar mensajes divulgativos
2. Adaptarlos al formato propuesto
3. Validar la información reportada

KPIs

- Visualizaciones de la infografía

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA	
ELEMENTO	DETALLE
» PROCESO DE COMUNICACIÓN:	Sin intermediarios/en cascada
» EMISOR/EJECUTOR:	SGAD
» CANAL:	Correo electrónico/Intranet
» AUDIENCIA:	Audiencia de los 3 ejes
» MENSAJE:	Presentación del proceso



C05 REUNIONES EXPLICATIVAS SOBRE EL SISTEMA DE SEGUIMIENTO

OBJETIVO

Profundizar en la unificación del sistema de seguimiento y reporte de la ejecución de proyectos de los Ejes 2 y 3.

DETALLE

Establecer reuniones periódicas de reporte para que la SGAD obtenga la información unificada de la ejecución de los proyectos por parte de otras entidades ejecutoras.

ACTIVIDADES

1. Establecer los flujos de información
2. Validar la información reportada
3. Facilitar la coordinación de la interacción entre agentes

KPIs

- N° de participantes
- N° de sugerencias

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------|
| » PROCESO DE COMUNICACIÓN: | Sin intermediarios/en cascada |
| » EMISOR/EJECUTOR: | SGAD |
| » CANAL: | Presencial/canales online |
| » AUDIENCIA: | Audiencia de los 3 ejes |
| » MENSAJE: | Formación sobre el sistema de seguimiento de los proyectos |



C06 MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

OBJETIVO

Formar a la plantilla destinataria sobre el sistema de seguimiento y reporte implementado para la gestión de proyectos.

DETALLE

Elaborar un manual de procedimientos sobre el sistema de control de la ejecución de los proyectos del PDAP de los que es responsable la SGAD para el conocimiento y utilización por parte del personal encargado.

ACTIVIDADES

1. Validar la formación a proporcionar
2. Elaborar el manual de formación sobre las herramientas empleadas
3. Distribuirlo a los destinatarios procedentes

KPIs

- N° de manuales de distribuidos
- N° de consultas recibidas sobre su utilización

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

» **PROCESO DE COMUNICACIÓN:**

Sin intermediarios

» **EMISOR/EJECUTOR:**

SGAD

» **CANAL:**

Presencial/Correo electrónico

» **AUDIENCIA:**

Audiencia de los 3 ejes

» **MENSAJE:**

Formación sobre el sistema de seguimiento de los proyectos



C07 PÍLDORAS FORMATIVAS SOBRE EL NUEVO SISTEMA DE REPORTE

OBJETIVO

Formar a la plantilla destinataria sobre el sistema de seguimiento y reporte implementado para la gestión de proyectos.

DETALLE

Proporcionar información sobre el procedimiento de seguimiento implementado para el reporte de la ejecución de los proyectos del PDAP (una infografía por cada Eje), a través de distintos formatos accesibles y dinámicos.

ACTIVIDADES

1. Realizar vídeos explicativos
2. Elaborar carteles informativos
3. Distribuirlo a los destinatarios procedentes

KPIs

- N° de material distribuido
- N° de visualizaciones

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

» **PROCESO DE COMUNICACIÓN:**

Sin intermediarios

» **EMISOR/EJECUTOR:**

SGAD

» **CANAL:**

Correo electrónico/intranet

» **AUDIENCIA:**

Audiencia de los 3 ejes

» **MENSAJE:**

Formación sobre el sistema de seguimiento de los proyectos



C08 DOCUMENTO DE FAQS

OBJETIVO

Mantener una comunicación interactiva y bidireccional entre todos los agentes involucrados en la implementación del sistema de seguimiento.

DETALLE

Recopilar preguntas, dudas y sugerencias que más aparezcan durante las comunicaciones establecidas (reuniones, formaciones, lectura de manuales de procedimiento, etc).

ACTIVIDADES

1. Recopilación de preguntas frecuentes
2. Elaboración de informe de FAQs
3. Distribución a los destinatarios procedentes

KPIs

- N° de descargas del documento
- N° de consultas realizadas

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------|
| » PROCESO DE COMUNICACIÓN: | Sin intermediarios/en cascada |
| » EMISOR/EJECUTOR: | SGAD |
| » CANAL: | Correo electrónico/intranet |
| » AUDIENCIA: | Audiencia de los 3 ejes |
| » MENSAJE: | Formación sobre el sistema de seguimiento de los proyectos |



C09 SESIÓN DE FINALIZACIÓN DE PROYECTO

OBJETIVO

Comunicar de manera la finalización del proyecto a la Dirección de la SGAD.

DETALLE

Realizar una sesión de finalización del proyecto recopilando la documentación final asociada.

ACTIVIDADES

1. Exponer el final del proyecto
2. Generar mensajes de finalización
3. Divulgar documentos y productos finales (resumen ejecutivo del proyecto)

KPIs

- Porcentaje de asistencia
- N° de material distribuido
- Recepción de sugerencias

ACCIÓN DE COMUNICACIÓN ASOCIADA

ELEMENTO

DETALLE

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------------------|
| » PROCESO DE COMUNICACIÓN: | Sin intermediarios/en cascada |
| » EMISOR/EJECUTOR: | SGAD |
| » CANAL: | Presencial/Correo electrónico/canales online |
| » AUDIENCIA: | Audiencia de los 3 ejes |
| » MENSAJE: | Información final de proyecto |

04

Diseño de KPI'S

4.1 Planteamiento de diseño de KPI's

El objetivo fundamental de este apartado es **medir y monitorizar** las actividades desarrolladas a través de KPIs cuantitativos y cualitativos y **modificar los planes** en base a los resultados obtenidos a partir del seguimiento.

Teniendo en cuenta las necesidades de comunicación detectadas y los elementos de comunicación definidos en la estrategia, **se considera oportuno** definir un **seguimiento para evaluar el estatus y resultado** de la correcta implementación del plan de comunicación. Lo cual incluye:

- Definir los **KPI's**
- **Analizar de forma periódica** la información recibida
- Evaluar el desarrollo de las acciones de comunicación, identificar **necesidades** y ejecutar **medidas correctoras**

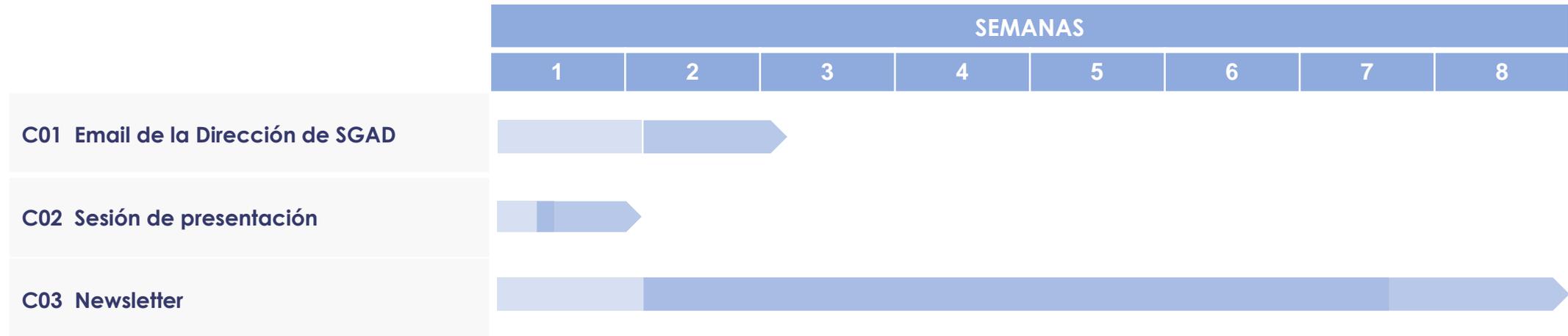
KPI	Definición	Fuente de Datos
% de recepción y lectura de mails	Porcentaje de envío y confirmación de lectura de los correos enviados	▪ Equipo de proyecto
% de asistencia a la presentación del proyecto	Medición de la asistencia a la sesión de presentación del proyecto	▪ Equipo de proyecto
Nº de visualizaciones de la Newsletter	Número de personas que han visualizado la newsletter	▪ Equipo de proyecto
Nº de reacciones a la Newsletter	Número de veces que se comparte o se reenvía	▪ Equipo de proyecto

KPI	Definición	Fuente de Datos
% de personas que atienden a las reuniones	Porcentaje de personas que atienden a las reuniones frente a las convocadas	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº sugerencias, dudas	Cuantificación de la interacción de las reuniones de formación, feedback e interés recibido	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº de manuales distribuidos	Cantidad de material elaborado y su relación con el número de destinatarios	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº de consultas sobre su empleo	Medición de feedback recibido sobre su aplicación y uso (sugerencias, consultas, dudas)	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº de material distribuido	Cantidad de píldoras formativas que se distribuyen (carteles, vídeos explicativos)	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº de reacciones	Número de veces que se comparten o se reenvían dichas píldoras formativas	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Nº de consultas recibidas	Medición del interés de las reuniones formativas	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto
Resultados del formulario	% de resultados del formulario de feedback enviado para saber el engagement que ha tenido la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Equipo de proyecto

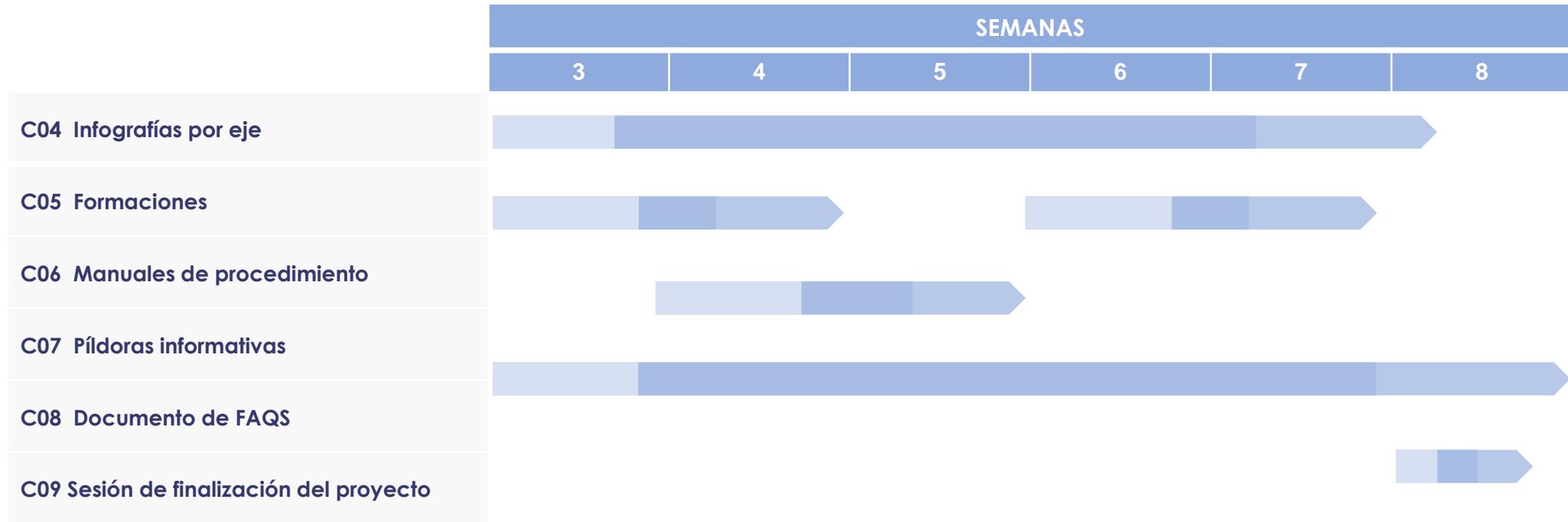
4.2 Cronograma

Se calendarizan las acciones de comunicación en un periodo de 8 semanas, de las cuales 5 semanas son previas al lanzamiento y las 3 semanas restantes serán post-lanzamiento. Comenzarán cuando se acuerde el inicio de la implantación del Plan de Comunicación

Acciones de comunicación AS-IS



Acciones de comunicación TO-BE





**Funded by
the European Union**

Visit our website:



Find out more
about the Technical
Support Instrument:

