Punto 18

Listado de actividades de promoción y comunicación realizadas en el 2013 y su periodicidad.

Ejemplo: Listado de actividades de promoción y comunicación realizadas en el 2013 y su periodicidad.

[Hoja membretada]

Actividades de comunicación realizadas por [Nombre de la Organización] y su periodicidad

1. [Actividad], [Periodicidad]
2. [Actividad], [Periodicidad]
3. [Actividad], [Periodicidad]
4. [Actividad], [Periodicidad]
5. …

Explicación

Una organización de la sociedad civil transparente y confiable debe realizar periódicamente una serie de actividades de comunicación para mantener informados a sus grupos de interés acerca de sus actividades y logros. Lo ideal es que una OSC desarrolle y lleve a cabo *actividades de comunicación* como parte de un *plan de comunicación*, mediante el cual se mantenga en contacto con diversos públicos a través de distintos medios con fines estratégicos.

En este plan, es de suma importancia identificar para qué se quiere comunicar y qué se quiere comunicar.

Objetivo: ¿Qué problema estamos tratando de resolver?
Audiencia: ¿Quién puede ayudarnos a resolver este problema?
Mensaje: ¿Que debemos decir para persuadir a nuestra audiencia para que nos ayude a resolver nuestro problema? Medio: Medio de Comunicación
Estrategias: Los mecanismos más apropiados para llegar a tu audiencia
Cronograma: Orden y fechas en las que se realizarán las actividades
Responsables: ¿Quién estará a cargo de cada actividad?
Metas: ¿Cómo sabremos que logramos nuestro objetivo?

Cada organización, dependiendo de varios factores (causa, recursos, objetivos de comunicación, etc.) puede realizar distintas actividades de comunicación. A continuación incluimos algunas actividades de comunicación de las organizaciones de la sociedad civil y ejemplos:

- Boletines (impresos o electrónicos) http://www.nuevoamanecer.edu.mx/boletines/boletin_mzo_12.html
- Página de internet o blog
- Informe anual de actividades http://padrinoteleton.org/media/uploads/pdf/informepadrino_2010.pdf
- Contacto con simpatizantes a través de redes sociales: FaceBook, Twitter, Youtube, etc.
- Cartas (de agradecimiento, para solicitar donativos, para dar la bienvenida como donante, al consejo directivo, etc.)
- Correos electrónicos
- Llamadas telefónicas
- Insertos o anuncios en periódicos y revistas
- Posters y otros materiales impresos
- Encuestas
- Anuncios en radio, televisión y medios electrónicos
- Artículos o entrevistas en medios de comunicación
- Campañas mediáticas o eventos masivos
- Participación en congresos o ferias
- Mensajes de texto a teléfonos celulares
- Eventos especiales

La periodicidad de cada una de estas actividades es variable, por ejemplo diaria, semanal, mensual, semestral, anual, bienal, ocasional, etc.

Es importante señalar que algunas actividades pueden servir no solo para comunicar sino para procurar fondos o vender algún producto que elaboran los beneficiarios de la organización, pero finalmente son mecanismos mediante los cuales estableces comunicación con tu audiencia.