



## Producto 11

# Plan de comunicación y reporte anual de actividades de comunicación y visibilidad del proyecto.

Proyecto Plataforma de gestión del agua en la agricultura 2030, ATN\_RF-17950-RG

Claudio Balbontín, Claudia Bavestrello, Britt Wallberg.

2021-2024



**FONTAGRO**



Códigos JEL: Q16

ISBN:

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un mecanismo único de cooperación técnica entre países de América Latina, el Caribe y España, que promueve la competitividad y la seguridad alimentaria. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Claudio Balbontín, Jesús Garrido, Roberto Martínez, Ayelén Montenegro, Fernando González, Carlos Puertas, Liliana Ríos, Claudio García, Álvaro Otero, Claudia Bavestrello, Britt Wallberg.

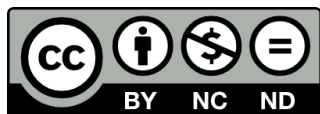
Copyright © 2024 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Esta publicación puede solicitarse a:

**FONTAGRO**

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)

[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)



# Tabla de Contenidos

## Tabla de contenido

Resumen.....	4
Abstract .....	5
1. Introducción .....	6
2. Objetivos de comunicación .....	7
3. Audiencias objetivo:.....	10
4. Mensajes clave: Los puntos principales que se quieren transmitir.....	12
5. Canales de comunicación: Plataformas y medios que se utilizarán.....	14
6. Cronograma de actividades: Calendario detallado de las actividades de comunicación a lo largo del año.....	16
7. Recursos necesarios: Presupuesto, personal y herramientas para llevar a cabo las actividades. ....	18
8. Evaluación y seguimiento: Cómo se medirá el impacto de las acciones de comunicación. ....	20
9. Conclusiones .....	22



## Resumen

El presente informe detalla el Plan de Comunicación y las actividades de difusión llevadas a cabo en el marco del proyecto "Plataforma de gestión del agua en la agricultura 2030". Se describen los objetivos de comunicación, las audiencias objetivo, los mensajes clave y los canales de comunicación utilizados para maximizar el impacto y alcance del proyecto. El cronograma de actividades refleja la planificación estratégica de las acciones de difusión a lo largo de los años 2021, 2022, 2023 y 2024, incluyendo la cantidad y tipo de actividades necesarias para alcanzar la meta de 5,600 personas capacitadas. Se detallan los recursos necesarios, tanto presupuestarios como de personal y herramientas, para llevar a cabo las actividades de comunicación de manera efectiva. Finalmente, se establecen los mecanismos de evaluación y seguimiento para medir el impacto de las acciones y realizar los ajustes necesarios, asegurando la mejora continua de la estrategia de comunicación. A través de una comunicación clara, transparente y orientada a las diferentes audiencias, se busca promover la adopción de tecnologías y prácticas sostenibles en la gestión del agua en la agricultura de América Latina y el Caribe, contribuyendo así a un futuro más resiliente y seguro para el sector.

---

*Palabras Clave: América Latina, Eficiencia uso de agua, agricultura, recurso agua, difusión de conocimientos, comunicación estratégica.*

---



---

## Abstract

This report details the Communication Plan and the dissemination activities carried out within the framework of the project "Water Management Platform in Agriculture 2030". It describes the communication objectives, target audiences, key messages, and communication channels used to maximize the project's impact and reach. The activity schedule reflects the strategic planning of dissemination actions throughout the years 2021, 2022, 2023, and 2024, including the number and type of activities needed to reach the goal of 5,600 people trained. The necessary resources, both budgetary and personnel and tools, to carry out communication activities effectively are detailed. Finally, the evaluation and monitoring mechanisms are established to measure the impact of the actions and make the necessary adjustments, ensuring the continuous improvement of the communication strategy. Through clear, transparent, and audience-oriented communication, the project seeks to promote the adoption of sustainable technologies and practices in water management in agriculture in Latin America and the Caribbean, thus contributing to a more resilient and secure future for the sector.

---

*Keywords: Latin America, water management, agriculture, water resource, dissemination of knowledge, strategic communication.*

---



## 1. Introducción

La gestión eficiente del agua en la agricultura es un desafío crucial para garantizar la seguridad alimentaria y la sostenibilidad ambiental en América Latina y el Caribe. El proyecto "Plataforma de gestión del agua en la agricultura 2030" busca abordar este desafío a través del desarrollo y la promoción de tecnologías y prácticas innovadoras que permitan optimizar el uso del agua en el sector agrícola.

La comunicación efectiva y estratégica juega un papel fundamental en el éxito de este proyecto, ya que permite dar a conocer los avances, resultados e impactos a las diferentes audiencias objetivo, así como fomentar la adopción de las soluciones propuestas y generar un cambio de paradigma en la valoración y gestión del agua en la agricultura.

Este informe presenta el Plan de Comunicación y visibilidad del proyecto, detallando los objetivos, las estrategias, los canales de comunicación y los recursos necesarios para alcanzar una comunicación efectiva y transparente. Asimismo, se describen los mecanismos de evaluación y seguimiento que permitirán medir el impacto de las acciones y realizar los ajustes necesarios para optimizar la estrategia comunicacional a lo largo del proyecto.



## 2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación que se detallan a continuación, constituyen la hoja de ruta para asegurar que el proyecto alcance sus metas técnicas y científicas y se convierta en un referente en la promoción de la gestión eficiente del agua en la agricultura. A través de una estrategia de comunicación integral, se busca amplificar la visibilidad del proyecto, informar y sensibilizar a la comunidad, impulsar la adopción de prácticas sostenibles, fomentar la colaboración y generar un cambio de paradigma en la valoración del agua en el sector agrícola. Estos objetivos, cuidadosamente definidos y alineados con la misión del proyecto, guiarán cada acción comunicacional, asegurando su contribución al logro de un futuro más sostenible y resiliente para la agricultura en América Latina y el Caribe.

### Objetivo 1: Aumentar la visibilidad del proyecto

- **Posicionar el proyecto como referente:** Establecer el proyecto como una iniciativa líder y modelo a seguir en la promoción de la gestión eficiente del agua en la agricultura de América Latina y el Caribe.
- **Incrementar el reconocimiento de la marca:** Lograr que el nombre y la imagen del proyecto sean ampliamente reconocidos y asociados con la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia en el uso del agua en la agricultura.
- **Captar la atención de medios de comunicación y líderes de opinión:** Generar cobertura mediática positiva y obtener el respaldo de líderes de opinión clave en el sector agrícola y ambiental.
- **Ampliar la presencia en línea y en redes sociales:** Aumentar el número de seguidores, interacciones y alcance de las publicaciones del proyecto en plataformas digitales.

### Objetivo 2: Informar a la comunidad

- **Difundir los avances y resultados del proyecto:** Comunicar de manera clara y accesible los logros, hitos y beneficios alcanzados por el proyecto en términos de desarrollo tecnológico, adopción de prácticas sostenibles e impacto en la comunidad.
- **Compartir historias de éxito:** Presentar casos concretos de productores y comunidades que se han beneficiado del proyecto, destacando los resultados positivos y las lecciones aprendidas.
- **Promover la transparencia y la rendición de cuentas:** Brindar información detallada sobre el uso de los recursos, las actividades realizadas y los resultados obtenidos, garantizando la transparencia y la confianza de los grupos de interés.
- **Facilitar el acceso a la información:** Poner a disposición del público una amplia gama de recursos informativos, incluyendo informes técnicos, publicaciones científicas, videos, infografías y otros materiales de difusión.

### Objetivo 3: Fomentar la adopción de tecnologías y prácticas sostenibles



- **Demostrar los beneficios de la innovación:** Presentar evidencia clara y convincente sobre las ventajas económicas, ambientales y sociales de adoptar las tecnologías y prácticas sostenibles promovidas por el proyecto.
- **Capacitar y brindar asistencia técnica:** Ofrecer programas de capacitación y asistencia técnica a productores, técnicos y otros actores del sector agrícola para facilitar la adopción de nuevas tecnologías y prácticas.
- **Crear incentivos y mecanismos de apoyo:** Explorar la posibilidad de establecer incentivos económicos, programas de financiamiento o alianzas estratégicas que faciliten la adopción de tecnologías y prácticas sostenibles.
- **Generar demanda y mercado para soluciones innovadoras:** Promover la creación de un mercado favorable para las tecnologías y prácticas sostenibles, incentivando la inversión y el desarrollo de nuevos productos y servicios.

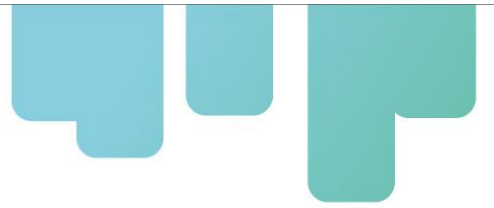
#### **Objetivo 4: Fortalecer la colaboración y el intercambio de conocimientos**

- **Facilitar la creación de redes y alianzas:** Promover la formación de redes de colaboración entre productores, investigadores, empresas, organizaciones no gubernamentales y otros actores clave en la gestión del agua en la agricultura.
- **Organizar eventos y espacios de encuentro:** Realizar talleres, seminarios, conferencias y otros eventos que fomenten el intercambio de experiencias, conocimientos y buenas prácticas entre los diferentes actores.
- **Crear plataformas de comunicación e interacción:** Desarrollar herramientas en línea y espacios virtuales que faciliten la comunicación, el intercambio de información y la colaboración entre los miembros de la comunidad.
- **Promover la participación activa de los grupos de interés:** Involucrar a los diferentes actores en el diseño, implementación y evaluación de las actividades del proyecto, fomentando un sentido de pertenencia y compromiso.

#### **Objetivo 5: Generar conciencia sobre la importancia del agua en la agricultura**

- **Sensibilizar sobre los desafíos y oportunidades:** Informar al público en general sobre los retos y las oportunidades relacionadas con la gestión del agua en la agricultura, destacando la importancia de adoptar prácticas más eficientes y sostenibles.
- **Promover el valor del agua como recurso estratégico:** Resaltar la importancia del agua para la producción de alimentos, la seguridad alimentaria y el desarrollo sostenible.
- **Fomentar el uso responsable y eficiente del agua:** Incentivar la adopción de hábitos y prácticas cotidianas que contribuyan al ahorro y la conservación del agua en todos los ámbitos de la sociedad.
- **Involucrar a la comunidad en la búsqueda de soluciones:** Promover la participación ciudadana en la identificación de problemas, la generación de ideas y la implementación





de soluciones para la gestión sostenible del agua en la agricultura.

Al desarrollar estos objetivos se establece una base sólida para la planificación y ejecución de las actividades de comunicación, asegurando que cada acción contribuya de manera efectiva al logro de los resultados esperados y al impacto general del proyecto.



### 3. Audiencias objetivo:

La identificación precisa de las audiencias objetivo es fundamental para el éxito de cualquier estrategia de comunicación. Para la estrategia del proyecto se ha realizado un análisis detallado para comprender las necesidades, intereses y expectativas de los diferentes grupos involucrados en la gestión del agua en la agricultura. A continuación, se presenta una descripción de cada audiencia, lo que permitirá diseñar mensajes y seleccionar canales de comunicación específicos y efectivos para cada una de ellas, maximizando así el impacto y el alcance del proyecto.

#### 1. Productores Agrícolas

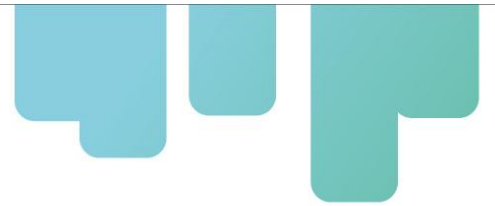
- **Pequeños productores:** Agricultores con recursos limitados y acceso restringido a tecnologías avanzadas, que buscan soluciones prácticas y asequibles para mejorar la eficiencia del uso del agua en sus cultivos.
- **Medianos productores:** Agricultores con un nivel intermedio de recursos y acceso a tecnología, que buscan optimizar sus prácticas de riego y gestión del agua para aumentar la productividad y reducir costos.
- **Grandes productores:** Agricultores con acceso a recursos y tecnología avanzada, que buscan soluciones innovadoras y escalables para mejorar la eficiencia en el uso del agua en sus extensas operaciones agrícolas.
- **Productores por rubro:** Segmentar a los productores según los principales cultivos de cada país participante, adaptando los mensajes y canales de comunicación a las necesidades específicas de cada sector.

#### 2. Técnicos y Profesionales del Sector Agropecuario

- **Asesores y extensionistas:** Profesionales que brindan asesoramiento técnico y capacitación a los productores agrícolas, y que desempeñan un papel clave en la transferencia de conocimientos y la adopción de nuevas tecnologías y prácticas.
- **Investigadores:** Científicos y académicos que generan conocimientos y desarrollan soluciones innovadoras para la gestión del agua en la agricultura.
- **Profesionales de empresas proveedoras de insumos y servicios agrícolas:** Representantes de empresas que ofrecen productos y servicios relacionados con la gestión del agua en la agricultura, como sistemas de riego, sensores, software y otros.

#### 3. Tomadores de Decisiones

- **Representantes gubernamentales:** funcionarios de los ministerios de agricultura, medio ambiente y recursos hídricos, así como de agencias reguladoras y organismos de cuenca, responsables de formular políticas y tomar decisiones relacionadas con la gestión del agua en la agricultura.
- **Líderes de organizaciones de usuarios del agua:** Representantes de asociaciones de



regantes, juntas de vigilancia y otras organizaciones que agrupan a los usuarios del agua para la agricultura, y que desempeñan un papel importante en la gestión y distribución del recurso hídrico.

- **Organismos internacionales y agencias de cooperación:** Instituciones que brindan apoyo financiero y técnico a proyectos e iniciativas relacionadas con la gestión del agua en la agricultura en la región.

#### 4. Comunidad Académica e Investigativa

- **Universidades y centros de investigación:** Instituciones dedicadas a la generación y difusión de conocimientos sobre la gestión del agua en la agricultura, a través de la investigación, la docencia y la extensión.
- **Estudiantes y jóvenes profesionales:** Futuros líderes y agentes de cambio en el sector agrícola, interesados en adquirir conocimientos y desarrollar habilidades en el ámbito de la gestión sostenible del agua.
- **Revistas científicas y publicaciones especializadas:** Medios de comunicación que difunden los resultados de investigaciones y avances en el campo de la gestión del agua en la agricultura.

#### 5. Público en General

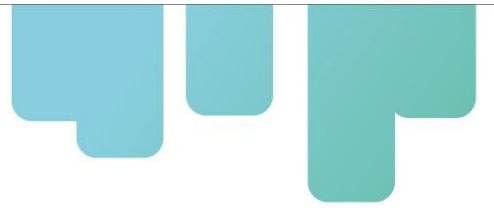
- **Consumidores:** Personas interesadas en la procedencia y la sostenibilidad de los alimentos que consumen, y que valoran las prácticas agrícolas responsables con el medio ambiente y el uso eficiente de los recursos naturales.
- **Organizaciones de la sociedad civil:** Grupos ambientalistas, asociaciones de consumidores y otras organizaciones que promueven la sostenibilidad y la justicia social en el ámbito de la agricultura y el medio ambiente.
- **Medios de comunicación masivos:** Periódicos, revistas, radio, televisión y plataformas digitales que informan y generan opinión pública sobre temas relacionados con la agricultura, el medio ambiente y el uso del agua.



#### 4. Mensajes clave: Los puntos principales que se quieren transmitir.

Los mensajes clave son el centro de la estrategia de comunicación, ya que transmiten de manera concisa y persuasiva la esencia y el valor del proyecto. A continuación, se presentan los mensajes clave del proyecto, desarrollados en profundidad, con el objetivo de generar un impacto significativo en las diferentes audiencias y promover la adopción de prácticas sostenibles en la gestión del agua en la agricultura.

- **La eficiencia en el uso del agua es clave para una agricultura sostenible y rentable:** El proyecto promueve la adopción de tecnologías y prácticas innovadoras para optimizar el uso del agua y destaca cómo estas soluciones pueden aumentar la productividad, reducir costos y mejorar la rentabilidad de las explotaciones agrícolas, asegurando un futuro próspero para el sector.
- **La tecnología es una aliada indispensable para enfrentar los desafíos hídricos:** El proyecto demuestra cómo las tecnologías avanzadas, como sistemas de riego inteligentes, sensores de humedad del suelo y herramientas de monitoreo, permiten una gestión más eficiente, precisa y sostenible del agua en la agricultura, adaptándose a las condiciones climáticas cambiantes y garantizando el acceso al recurso hídrico para las generaciones futuras.
- **Las imágenes satelitales: una ventana al futuro de la agricultura sostenible:** El proyecto aprovecha el poder de las imágenes satelitales y otras tecnologías de teledetección para monitorear cultivo y optimizar el uso del agua, brindando a los agricultores información valiosa para tomar decisiones informadas y promover prácticas agrícolas más eficientes y sostenibles.
- **La colaboración y el intercambio de conocimientos son la base para el progreso:** El proyecto fomenta la creación de redes de colaboración y el intercambio de experiencias entre productores, investigadores, técnicos y otros actores clave, reconociendo que el trabajo conjunto y el aprendizaje mutuo son fundamentales para impulsar la innovación y la adopción de buenas prácticas en la gestión del agua en la agricultura.
- **La agricultura sostenible es el camino hacia un futuro resiliente y seguro:** El proyecto demuestra, a través de casos de éxito y resultados concretos, que es posible producir alimentos de manera sostenible y eficiente, garantizando la seguridad alimentaria, protegiendo el medio ambiente y construyendo un sector agrícola más resiliente frente a los desafíos del cambio climático.
- **El agua es un recurso vital que debemos proteger y gestionar con responsabilidad:** El proyecto busca generar conciencia sobre la importancia del agua en la agricultura y la necesidad de adoptar prácticas más eficientes y sostenibles para garantizar su disponibilidad a largo plazo, promoviendo un cambio de paradigma en la forma en que valoramos y utilizamos este recurso esencial.



Estos mensajes clave han sido elaborados y adaptados a las diferentes audiencias, servirán como base para la creación de materiales de comunicación impactantes y persuasivos, que inspiren a la acción y promuevan la adopción de prácticas sostenibles en la gestión del agua en la agricultura de América Latina y el Caribe.



## 5. Canales de comunicación: Plataformas y medios que se utilizarán.

La selección de los canales de comunicación adecuados es esencial para garantizar que los mensajes clave lleguen a las audiencias objetivo de manera efectiva y oportuna. En el marco del proyecto, se propone una estrategia multicanal que combina plataformas digitales, medios de comunicación tradicionales y eventos presenciales, con el fin de maximizar el alcance y el impacto de la comunicación.

### 1. Plataformas Digitales

- **Sitio web del proyecto en la plataforma FONTAGRO:** Un sitio web dinámico y atractivo, con contenido actualizado y recursos descargables, que sirva como centro de información y referencia para todas las audiencias.
- **Redes sociales:** Utilizar plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube para compartir noticias, historias de éxito, infografías, videos y otros contenidos relevantes, fomentando la interacción y el diálogo con la audiencia.
- **Webinars y talleres online:** Organizar webinars y talleres virtuales sobre temas específicos, brindando capacitación y oportunidades de aprendizaje a distancia para productores, técnicos y otros actores del sector agrícola.
- **Plataformas de colaboración en línea:** Utilizar herramientas como Google Drive, Dropbox o plataformas especializadas para compartir documentos, recursos y facilitar la comunicación y el trabajo conjunto entre los miembros del equipo y los colaboradores externos.

### 2. Medios de Comunicación Tradicionales

- **Notas de prensa:** Elaborar y difundir notas de prensa de alta calidad, con contenido relevante y atractivo para los medios de comunicación, destacando los avances, resultados e impacto del proyecto.
- **Participación en programas de radio y televisión:** Buscar oportunidades para participar en entrevistas y programas especializados en agricultura, medio ambiente y desarrollo sostenible, para llegar a audiencias más amplias y generar mayor visibilidad al proyecto.
- **Publicaciones en revistas especializadas:** Publicar artículos y reportajes en revistas del sector agrícola y ambiental, dirigidos a audiencias técnicas y profesionales.
- **Conferencias de prensa:** Organizar conferencias de prensa para comunicar hitos importantes del proyecto y generar cobertura mediática.

### 3. Eventos Presenciales

- **Talleres de capacitación:** Diseñar e implementar talleres prácticos y teóricos, adaptados a las necesidades de cada audiencia objetivo, para brindar capacitación y transferencia de



conocimientos sobre las tecnologías y prácticas sostenibles promovidas por el proyecto.

- **Días de campo:** Organizar visitas a campos demostrativos donde se implementen las tecnologías y prácticas del proyecto, permitiendo a los productores y otros actores del sector agrícola observar los resultados y beneficios en un entorno real.
- **Participación en ferias y congresos:** Participar activamente en ferias, congresos y otros eventos relevantes del sector agrícola y ambiental, presentando los avances y resultados del proyecto, estableciendo contactos y generando oportunidades de colaboración.
- **Eventos de networking:** Organizar encuentros y reuniones informales para fomentar el networking y la creación de alianzas estratégicas entre los diferentes actores involucrados en la gestión del agua en la agricultura.

Al diversificar los canales de comunicación y adaptarlos a las necesidades y preferencias de cada audiencia, se logrará una mayor efectividad en la difusión de los mensajes clave y se promoverá una participación activa y comprometida de los diferentes grupos de interés en el proyecto.

La selección y el uso de los canales de comunicación deben ser flexibles y adaptarse a las circunstancias y a la evolución del proyecto, incorporando nuevas herramientas y plataformas a medida que surjan oportunidades y necesidades.



## 6. Cronograma de actividades: Calendario detallado de las actividades de comunicación a lo largo del año.

El siguiente se ha elaborado para alcanzar la meta de 5,600 personas capacitadas en el proyecto.

### Año 2021

- **Sitio web del proyecto:** 2 actualizaciones a lo largo del año.
- **Redes sociales:** 5-10 publicaciones distribuidas estratégicamente durante el año.
- **Webinars/talleres online:** 6 sesiones, incluyendo sesiones interactivas y de preguntas y respuestas.
- **Notas de prensa:** 6 comunicados de prensa enfocados en hitos y avances clave.
- **Radio y TV:** 2 participaciones en programas relevantes para el público objetivo.
- **Revistas especializadas:** 4 publicaciones de artículos o reportajes.
- **Talleres de capacitación:** 6 talleres presenciales o en línea, adaptados a las distintas audiencias.
- **Días de campo:** 4 eventos demostrativos en diferentes regiones y cultivos.
- **Ferias y congresos:** 1 participación.
- **Eventos de networking:** 2 encuentros para fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

### Año 2022

- **Sitio web del proyecto:** 2 actualizaciones, manteniendo la información fresca y relevante.
- **Redes sociales:** 5-10 publicaciones, aumentando la frecuencia y la interacción con la audiencia.
- **Webinars/talleres online:** 6 sesiones sobre el uso de la plataforma y profundizando en conocimientos específicos.
- **Notas de prensa:** 8 comunicados de prensa, resaltando los logros y avances del proyecto.
- **Radio y TV:** 2 participaciones en programas, buscando ampliar el alcance y la visibilidad.
- **Revistas especializadas:** 4 publicaciones, compartiendo resultados de investigaciones y estudios de caso.
- **Talleres de capacitación:** 6 talleres, incluyendo nuevas metodologías y enfoques.
- **Días de campo:** 4 eventos, mostrando la aplicación práctica de las tecnologías y prácticas promovidas.
- **Ferias y congresos:** 2 participaciones, ampliando la red de contactos y colaboraciones.



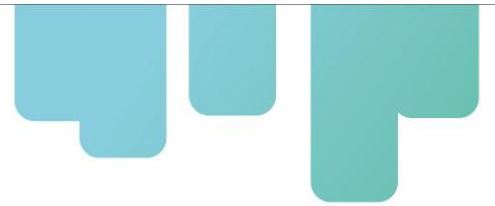


### Año 2023

- **Sitio web del proyecto:** 2 actualizaciones, con énfasis en la difusión de resultados y recursos finales.
- **Redes sociales:** 5-10 publicaciones, manteniendo una alta interacción y participación de la audiencia.
- **Webinars/talleres online:** 7 sesiones, incluyendo temas emergentes y lecciones aprendidas.
- **Notas de prensa:** 8 comunicados, destacando los impactos y logros finales del proyecto.
- **Radio y TV:** 2 participaciones, buscando una amplia difusión de los resultados.
- **Revistas especializadas:** 1 publicaciones, presentando los hallazgos y conclusiones finales.
- **Talleres de capacitación:** 8 talleres.
- **Días de campo:** 6 eventos, mostrando los resultados a largo plazo y el impacto en diferentes regiones.
- **Ferias y congresos:** 3 participaciones, consolidando el posicionamiento del proyecto y generando nuevas oportunidades.

### Año 2024

- **Sitio web del proyecto:** 1 actualizaciones finales, asegurando el acceso a la información y recursos generados.
- **Redes sociales:** 5-10 publicaciones, con una campaña de cierre que destaque los logros y el legado del proyecto.
- **Webinars/talleres online:** 1 sesión, enfocadas en la transferencia de tecnología y lecciones aprendidas.
- **Notas de prensa:** 4 comunicados, resaltando el impacto y los resultados finales del proyecto.
- **Revistas especializadas:** 1 publicación finales, presentando las conclusiones y recomendaciones del proyecto.



## 7. Recursos necesarios: Presupuesto, personal y herramientas para llevar a cabo las actividades.

Para garantizar la implementación exitosa de este plan de comunicación, se requerirá una inversión adecuada en recursos financieros, humanos y tecnológicos. A continuación, se detalla un desglose de los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades propuestas.

### Presupuesto

Para garantizar la implementación exitosa de este plan de comunicación, se requerirá una inversión adecuada en recursos financieros, humanos y tecnológicos. A continuación, se detalla un desglose de los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades propuestas.

### Presupuesto

El presupuesto deberá contemplar los siguientes rubros:

- **Producción de materiales de difusión:** Diseño y elaboración de folletos, infografías, videos, presentaciones, banners, etc.
- **Gestión de redes sociales y plataformas digitales:** Creación de contenido digital.
- **Organización de eventos:** Alquiler de espacios, catering, equipos audiovisuales, transporte, materiales impresos, etc.
- **Contratación de servicios profesionales:** Diseño gráfico, producción audiovisual, fotografía, traducción, redacción de contenidos, etc.
- **Difusión en medios de comunicación:** Envío de notas de prensa, gestión de relaciones con periodistas, publicidad en medios tradicionales.
- **Viajes y viáticos:** Desplazamientos del equipo de comunicación y expertos para la realización de talleres, días de campo y participación en eventos.
- **Imprevistos:** Un porcentaje del presupuesto se destinará a cubrir gastos no previstos que puedan surgir durante la implementación del plan.

### Personal

La ejecución del plan de comunicación requerirá un equipo de profesionales capacitados y comprometidos, con las siguientes funciones y responsabilidades:

- **Coordinador de comunicación:** Responsable de la planificación, implementación y evaluación de la estrategia de comunicación, así como de la coordinación del equipo y la gestión de los recursos, se designará a un miembro del equipo para esta función.
- **Redactor de contenidos:** Responsable de la redacción de notas de prensa, artículos, boletines electrónicos y otros materiales escritos. Se designará a un miembro del equipo para esta función.



- **Relaciones públicas:** Encargado de la gestión de relaciones con los medios de comunicación, la organización de conferencias de prensa y la búsqueda de oportunidades de difusión en medios tradicionales. Se designará a un miembro del equipo para esta función



## 8. Evaluación y seguimiento: Cómo se medirá el impacto de las acciones de comunicación.

La evaluación y el seguimiento sistemático de las actividades de comunicación son esenciales para medir el progreso hacia los objetivos planteados, identificar áreas de mejora y garantizar la eficiencia y la eficacia de la estrategia comunicacional. A continuación, se detallan los componentes clave de este proceso:

### Indicadores de Desempeño

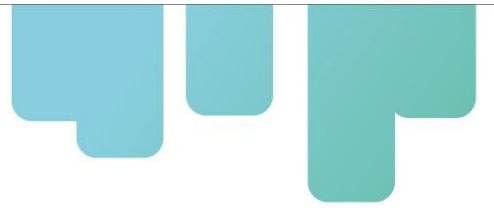
Se establecerán indicadores claros, medibles y relevantes para cada objetivo de comunicación, permitiendo evaluar el alcance, impacto y efectividad de las acciones implementadas. Algunos ejemplos de indicadores podrían ser:

- **Alcance:**
  - Alcance de las publicaciones en redes sociales.
  - Número de visitas al sitio web.
  - Cobertura mediática obtenida (número de artículos, entrevistas, etc.).
  - Asistencia a eventos presenciales y virtuales.
- **Impacto:**
  - Incremento en la eficiencia del uso del agua en los cultivos.
  - Aumento de la productividad del agua de las explotaciones agrícolas.
  - Creación de nuevas redes y alianzas de colaboración.

### Ajustes y Mejoras

La evaluación y el seguimiento permitirán identificar áreas de mejora y realizar ajustes en la estrategia de comunicación a lo largo del proyecto. Esto puede incluir:

- **Redefinición de mensajes clave:** Adaptar los mensajes clave a las necesidades y expectativas de las audiencias, o en respuesta a cambios en el contexto del proyecto.
- **Optimización de canales de comunicación:** Identificar los canales más efectivos para cada audiencia y ajustar la distribución de recursos en consecuencia.
- **Mejora de materiales de difusión:** Revisar y actualizar los materiales de difusión para asegurar su relevancia y atractivo.
- **Fortalecimiento de la interacción con la audiencia:** Implementar nuevas estrategias para fomentar la participación y el diálogo con las audiencias objetivo.
- **Adaptación a nuevas tecnologías y tendencias:** Incorporar nuevas herramientas y



plataformas de comunicación a medida que surjan.

La evaluación y el seguimiento continuo permitirán al proyecto aprender de su experiencia, optimizar sus acciones de comunicación y difusión, y maximizar su impacto en la promoción de la gestión eficiente del agua en la agricultura de América Latina y el Caribe.



## 9. Conclusiones

El presente Plan de Comunicación, diseñado de manera proactiva, establece una hoja de ruta clara y estratégica para asegurar que las actividades de comunicación y visibilidad del proyecto "Plataforma de gestión del agua en la agricultura 2030" sean efectivas y contribuyan al logro de los objetivos planteados.

A través de una cuidadosa selección de canales de comunicación y mensajes adaptados a las diversas audiencias, se busca no solo aumentar la visibilidad del proyecto, sino también generar un impacto tangible en la comunidad agrícola y en la sociedad en general.

La planificación detallada de las actividades, considerando la frecuencia y el alcance de cada una, permitirá optimizar los recursos disponibles y maximizar el alcance de los mensajes clave. Además, la implementación de mecanismos de evaluación y seguimiento garantizará la mejora continua de la estrategia de comunicación, adaptándola a las necesidades cambiantes y asegurando su eficacia a lo largo del proyecto.

Este Plan de Comunicación, concebido como una guía anticipada, sienta las bases para una comunicación transparente, efectiva y orientada a resultados, contribuyendo así al éxito del proyecto y a la promoción de una agricultura más sostenible y resiliente en América Latina y el Caribe.



# Instituciones participantes



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)