

Anexo VI – Plan de Comunicación y Visibilidad

Estrategia general de comunicación	1
Objetivos.....	1
Actividades de comunicación.....	1
Indicadores.....	3
Marco temporal de las actividades de visibilidad y comunicación	3
Recursos humanos y financieros necesarios para la realización de las actividades previstas de visibilidad y comunicación.....	3

ESTRATEGIA GENERAL DE COMUNICACIÓN

Objetivos

1. Objetivos generales de comunicación

Resaltar el marco lógico del proyecto y garantizar la máxima cooperación, transparencia y los principios de libre competencia y rendición de cuentas, incluido un mecanismo de reclamación. Asimismo, la estrategia garantizará la oportuna comunicación con los actores interesados y mejorará la información puntual a los posibles beneficiarios y grupos destinatarios sobre el alcance del proyecto.

2. Grupos destinatarios

a) Instituciones gubernamentales y no gubernamentales;
b) comunidades específicas y beneficiarios finales, a saber, agricultores y ganaderos (en particular, mujeres y jóvenes) en las áreas específicas del proyecto y sus cuencas, que deben conocer las actividades en curso del proyecto y los organismos de ejecución.

3. Objetivos específicos de comunicación de cada colectivo destinatario

a) Instituciones gubernamentales y no gubernamentales: coordinación entre los actores clave, aceptando sus recomendaciones y apoyo y garantizando que no se producen solapamientos ni repeticiones;
b) grupos destinatarios y sus comunidades, a fin de garantizar que los agricultores y ganaderos de las áreas específicas conozcan las actividades del proyecto, sus objetivos, normativa, criterios para ser beneficiario y socios encargados de la ejecución, y también que en las cuencas de las áreas específicas se conozcan las actividades del proyecto y los organismos de ejecución. También se resaltarán los procedimientos de ejecución (transparencia en la selección, libre competencia durante la contratación, refuerzo de la titularidad y del control de calidad).

Actividades de comunicación

1. Las principales actividades que se llevarán a cabo durante el período abarcado por el plan de Comunicación y Visibilidad son: i) Publicaciones a través de los Comités Palestinos de Asistencia a la Agricultura, la Sociedad para el Desarrollo de las Mujeres Rurales, el Programa de Creación de Empleo, Acción contra el Hambre-P, y materiales conjuntos; y ii) reuniones y talleres, cobertura en los medios y señales indicativas por parte del coordinador y los supervisores sobre el terreno.

A lo largo de la duración del proyecto se llevarán a cabo las siguientes actividades específicas:

- Organización de reuniones orientativas: orientación a los diferentes actores interesados (miembros de la comunidad, representantes oficiales de los líderes y otros agentes importantes) sobre las actividades específicas del programa, sus metas y objetivos para garantizar la amplia participación de las comunidades y los actores interesados.

- Organización de visitas de prensa: Las visitas de grupos de periodistas a los emplazamientos del proyecto pueden proporcionar nuevas oportunidades de visibilidad. Estas visitas estarán bien programadas y se centrarán en logros objetivos.
- Colección de fotografías, que deberán tomarse, cuando proceda, para ilustrar los avances de todas las acciones y documentar el progreso de las actividades.
- Presentación y documentación : Las aplicaciones informáticas, los formularios del proyecto y los contratos de los beneficiarios incluirán el logotipo de información del proyecto, para que pueda utilizarse como herramienta informativa y de apoyo para los visitantes y el público.
- Instalación de señales y pancartas: Se colocarán señales metálicas fijas en lugares visibles en cada área específica. Algunas de ellas se colocarán en los invernaderos o en las unidades de producción. También se imprimirán pancartas para los talleres, actividades de formación, reuniones etc.
- Elaboración de casos prácticos e informes narrativos: Se subrayará y promoverá el papel positivo de la participación y el trabajo de las mujeres en su comunidad mediante la elaboración de un caso práctico, la cobertura en los medios, la participación de funcionarios y de otros grupos de mujeres y actores interesados.

2. Herramientas de comunicación escogidas

Los socios para la ejecución utilizarán la bandera de la UE y el logotipo de la AECID en todo el material divulgativo, publicaciones, carteles y cualquier otro soporte financiado por el Proyecto. Además, [se incluirá] la mención: “*Proyecto financiado por la Unión Europea y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo*”, en las comunicaciones relativas al proyecto. Entre otras herramientas:

- Pancartas, boletines, fichas informativas, planificación de reuniones y talleres, lista de lugares y grupos específicos, manual operativo;
- Perfil del programa en las redes sociales, como Facebook, Instagram y Twitter;
- Medios de comunicación locales;
- Señales metálicas en la carreteras y en las redes y estructuras de conducción de agua;
- Anuncio y cierre de los talleres.

En la siguiente tabla se resumen las herramientas de comunicación específicas que se utilizarán en cada actividad (que deberán ser aprobadas antes de que se impriman e instalen), y su correspondiente calendario:

Actividad	Herramientas de comunicación	Fecha
Organización de reuniones de orientación	Invitación y correo electrónico para las reuniones de orientación con los actores interesados	2020
Organización de visitas de prensa	Invitación y correos electrónicos para las visitas de prensa; redes sociales	2021/ 22/ 23
Colección de fotografías y vídeos	Cámara; redes sociales	Durante todo el proyecto
Presentación y comunicación	Cámara, señales, pancartas, logotipos en los impresos e informes	2022/23
Instalación de señales y pancartas	Señales metálicas fijas y pancartas móviles con los logotipos	2021/22/23
Elaboración de casos prácticos e informes narrativos	Entrevistas individuales y grupos de debate con los beneficiarios	2023
Presentación de los resultados a los actores interesados	Publicaciones; acto de cierre	2023

Indicadores

- Número de: pancartas, boletines, fichas informativas, informes de reuniones y talleres, lista de beneficiarios (en función del avance)
- Impacto en las redes sociales
- Número de señales metálicas
- [MoM] para diversos talleres
- Los grupos destinatarios de la región conocen el proyecto (metas y objetivos, actividades, productos y los organismos de ejecución)

Marco temporal de las actividades de visibilidad y comunicación

Marco temporal / calendario de comunicación en relación con cada actividad:

- Perfil en los medios de comunicación: antes del tercer mes a partir del inicio
- Anuncio del proyecto: pancartas y talleres durante la fase inicial
- Selección del beneficiario: pancartas y [MoM] de los talleres y fichas informativas sobre el proyecto a lo largo de su duración, para anuncio
- Manual de operaciones: durante 2020
- Fase de ejecución: señales metálicas, documentación de la licitación y periódicos basados en los avances sobre el terreno
- Talleres de cierre a nivel de la comunidad, a lo largo de todo el proyecto
- Presentación de los resultados a los actores interesados

RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS NECESARIOS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PREVISTAS DE VISIBILIDAD Y COMUNICACIÓN

Todas las actividades previstas y las herramientas conexas están incluidas en el presupuesto y se llevarán a cabo por el personal del proyecto, previa aprobación de la UE/AECID. Cada organismo de ejecución designará a una persona específica para las actividades de comunicación y visibilidad, con la participación y supervisión del coordinador general del proyecto.

Recursos financieros: aproximadamente 19.000 €, más las horas de trabajo del personal (detallado en el presupuesto).