

## ANEXO VI: Plan de Comunicación y visibilidad

### 1. Objetivos

El objetivo del Plan de Comunicación es informar de forma oportuna, con eficiencia, transparencia y responsabilidad del alcance de la Acción, avances, resultados, involucrando y empoderando a todos los actores y socios del Proyecto. Se aplicará un enfoque de comunicación para el desarrollo que permita sensibilizar a la sociedad y generar capacidades locales.

Al inicio de la ejecución del Proyecto se elaborará un Plan de Comunicación y Visibilidad que permitirá que todas las acciones de comunicación del mismo se puedan articular y organizar dentro de una misma estrategia comunicacional. Esto permitirá direccionar de forma óptima todos los mensajes sobre los beneficios, la contribución de la Unión Europea, los resultados de la Acción y las lecciones aprendidas que se necesitan comunicar a todos los sectores de la población, adaptándolos a cada segmento de la sociedad y cada realidad socioeconómica y cultural.

Por otro lado, coadyuvará a optimizar el flujo de la información, entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente, entre las instituciones participantes en el proyecto y los beneficiarios.

Objetivos específicos:

- Facilitar acceso a la información e impactos del programa entre los socios y las personas beneficiarias.
- Fomentar la participación de los grupos meta en la salvaguarda de los derechos humanos al agua y al saneamiento.
- Publicar el impacto de la contribución de la UE y AECID con audiencias específicas y la ciudadanía ecuatoriana y europea.
- Remarcar el trabajo de las instituciones públicas ecuatorianas en la salvaguarda de los derechos humanos al agua y al saneamiento y la relevancia de España y la UE como actores comprometidos con el desarrollo en el país.
- Lograr una rendición de cuentas de la acción adecuada.
- Comunicar entre la ciudadanía en general del Cantón de Portoviejo el impacto del programa en la construcción de un cantón moderno y equitativo.

### 2. Grupos meta

#### Internos:

Instituciones y organizaciones, públicas y privadas, que participan en la implementación del programa en Ecuador.

- AECID: tanto la Oficina de Cooperación en Ecuador como otros departamentos involucrados.
- Unión Europea: Delegación de la UE en Quito y áreas de la sede involucradas.

#### Externos:

- Ciudadanía ecuatoriana.
- Medios nacionales y extranjeros.
- Otras entidades públicas ecuatorianas, tanto a nivel nacional como local.
- Organizaciones internacionales y agencias de desarrollo que trabajan en Ecuador.
- Ciudadanía española.
- Ciudadanía europea.

### **3. Enfoques de esta estrategia. Comunicación para el desarrollo**

- Género y juventud: Fomentar la participación de mujeres y jóvenes como actores clave en este proyecto.
- Sostenibilidad ambiental, interculturalidad, gestión integrada del recurso hídrico y cambio climático: crear mensajes que favorezcan estos enfoques.
- Contextos culturales e idiomáticos de la zona: se respetarán y adaptarán los materiales a los contextos culturales e idiomáticos.
- Mensajes claros y coherentes: se utilizará un lenguaje no técnico adaptado para cada público con el objetivo de lograr la difusión de los resultados obtenidos a la población general de los componentes de la Acción LAIF y para poner en la agenda mediática y política local y nacional los temas de interés, transmitiendo la implicación de las instituciones participantes.

Se utilizarán cinco tipos de medios para lograr los objetivos:

- Medios institucionales ecuatorianos: para lograr presencia a través de las herramientas de comunicación de las instituciones involucradas (sitios web, blogs, páginas o perfiles en redes sociales). Además, se crearán canales y medios propios del programa coordinados con las instituciones ecuatorianas, destinados al cumplimiento de los objetivos de comunicación del programa que se plantearán en el Plan de Comunicación que deberá ser elaborado en el marco del mismo.
- Medios propios actores UE/AECID: aquellos canales que son de la Unión Europea y de la AECID y que son la forma directa de interactuar con nuestro público.
- Medios pagados: aquellos en los que es necesaria una consideración (financiera) para tener presencia.
- Medios ganados: aquellos medios de comunicación o periodistas que se puedan involucrar en la difusión de los programas gracias a diversas estrategias de comunicación como notas de prensa, visitas a campo, ruedas de prensa, campañas de relaciones públicas con líderes de opinión nacionales o regionales (música, redes sociales etc).
- Medios comunitarios: Se convertirá a los beneficiarios directos en embajadores del proyecto por medio de conversaciones y socializaciones en distintos puntos de encuentro de la ruralidad del Cantón de Portoviejo.

### **4. Canales de Comunicación**

En general, se buscará comunicar los impactos y las acciones de la contribución de LAIF a través de los canales de los actores involucrados, así como los canales de difusión masiva y las redes sociales. En el análisis anterior a este documento, se identificaron canales específicos para cada actor:

**DONANTES:**

- Unión Europea: tienen un equipo de comunicación capaz de difundir boletines de prensa, agendas de medios con portavoces, visitas a proyectos y difusión de materiales de comunicación de proyectos, como videos. Sitio web y redes sociales para la difusión del proyecto.

**ENTIDAD DE IMPLEMENTACIÓN:**

- Cooperación española: tienen una página web y redes sociales donde pueden poner información sobre los avances e hitos del programa.

**ENTIDAD BENEFICIARIA Y COORDINADORA:**

- Municipio de Portoviejo. Cuenta con recursos propios y una oficina de comunicación institucional.

- Portoaguas cuenta con recursos propios de comunicación y campañas ya en marcha para la promoción del buen uso del recurso agua, que pueden ser aportadas y multiplicadas para los territorios específicos del programa.

#### ALIADOS:

- ONG y otros actores. Con medios propios disponibles en el territorio.
- Medios: medios locales, regionales e internacionales.
- Líderes de opinión pública: deportistas, cantantes, periodistas, actores.

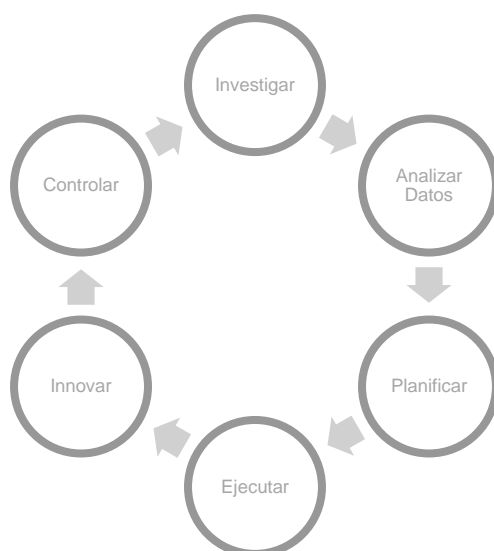
#### Actividades principales

Se llevarán a cabo durante el período cubierto por el plan de comunicación y visibilidad.

El Plan de Comunicación y Visibilidad determinará las principales actividades a realizar. Además del Plan general, cada año se incluirá en el plan operativo una hoja de ruta de Comunicación con actividades concretas para cada año.

El Plan incluirá actividades de comunicación interna y externa, así como actividades de difusión y visibilidad. Todos los actores involucrados en la implementación de la Acción serán responsables del cumplimiento del Plan de Comunicación y Visibilidad.

El modelo de comunicación será el siguiente:



La acción seguirá las pautas de comunicación y visibilidad aplicables de la EU-LAIF<sup>1</sup> que siguen las pautas de comunicación y visibilidad de la acción exterior de la Unión Europea<sup>2</sup>. En particular, se seguirán las directrices de comunicación y visibilidad en coordinación con el equipo de asistencia técnica de LAIF en Bruselas, así como con el equipo de prensa de la Delegación de la UE. El plan de comunicación se diseñará en los primeros 6 meses de implementación del Programa y se compartirá con la UE para comentarios y aprobación.

<sup>1</sup> <https://www.euiaif.eu/es/comunicacion-y-visibility>

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm)

El proceso de aprobación de acciones y productos de comunicación debe estar alineado con el Manual de Gestión de Contribuciones. Sin embargo, en general, la AECID será responsable del seguimiento del componente de comunicación y visibilidad de la Contribución de la Unión Europea, así como de la evaluación de las acciones y productos de comunicación que se ofrecen en el marco de la Contribución. Esta responsabilidad implica que la Agencia Española de Cooperación será responsable, por un lado, de implementar el porcentaje del importe del presupuesto del proyecto, pero también tendrá que compartir con la UE los materiales producidos.

Además, AECID debe coordinar la revisión y aprobación de todos los productos y una vez que se cumpla este protocolo, AECID aprobará los productos e informará a la Unión Europea, en el momento apropiado, sobre la implementación del presupuesto de Acción de Comunicación y responderá sobre las acciones y productos de cada componente.

#### PROTOCOLO DE APROBACIÓN DE LAS ACCIONES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN CON PRESUPUESTO DE LA CONTRIBUCIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA

El Comité de Seguimiento de la Contribución tendrá, entre otros, la función de aprobar la planificación anual de actividades de todos los ejes de trabajo de la intervención, incluido el componente de comunicación. La AECID será la institución encargada de coordinar el desarrollo de estos productos. Las copias de seguridad de estas acciones y productos estarán bajo la custodia de AECID para la distribución de estos en diferentes canales y los consiguientes Informes Anuales del Proyecto.

#### PROTOCOLO DE APROBACIÓN DE OTRAS ACCIONES Y PRODUCTOS QUE TIENEN COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

Además de los productos de comunicación específicos de la Acción, existen numerosas acciones y productos que lleva a cabo el actor que gestionará su propio presupuesto o que, incluso cuando están destinados a fines pedagógicos, tienen un componente comunicativo tanto en su contenido y en la visibilidad.

Entre los productos se encontrarán notas de prensa, noticias, materiales para redes sociales, afiches, trípticos, cuñas, videos, roll ups, otras de títeres, altavoces para automóviles, teatro, merchandaising, ferias, etc.

#### **4. Cumplimiento de los objetivos de comunicación**

El Plan de Comunicación y Visibilidad incluirá indicadores de cumplimiento con los resultados de las herramientas seleccionadas.

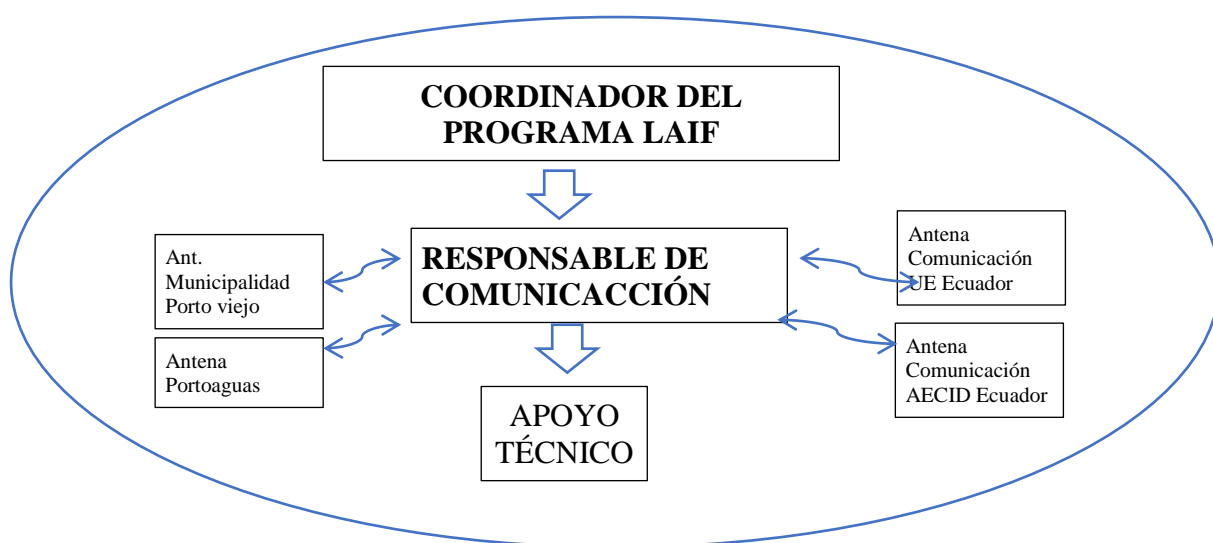
#### **5. Disposiciones sobre comentarios recibidos**

La acción tendrá espacios de participación de las instituciones y organizaciones, así como de la población beneficiaria involucrada. Se tendrán en cuenta las consideraciones y opiniones de los actores y beneficiarios. La toma de decisiones estratégicas de la Acción se lleva a cabo, para todas las fases, de manera consensuada entre todos los actores involucrados.

## 6. Recursos humanos

El Plan de Comunicación y Visibilidad definirá los recursos humanos de la Acción vinculados y con responsabilidades expresas sobre comunicación y visibilidad. Será necesario promover la contratación de un puesto de Comunicación con sede del proyecto como parte del equipo coordinador, así como la designación de personas responsables (o antenas del programa) en las instituciones ejecutoras. Así podría ser un esquema de ejecución:

### ESQUEMA DE RRHH



La Dirección de Comunicación y Marketing del GAD Portoviejo supervisará que se cumplan las directrices y el enfoque de trabajo acorde a las necesidades del programa y revisará los insumos generados.

Se valorará la creación de una unidad de apoyo técnico que permita elaborar y ejecutar el plan de comunicación de visibilidad, los perfiles que podría formar parte de la misma serían, comunicadores, fotógrafos, camarógrafos/productores/editores y/o diseñadores gráficos.

## 7. Recursos financieros

Según lo establecido en el presupuesto, se asignarán al menos 200.000 euros a las actividades de Comunicación y Visibilidad. En las acciones de desarrollo comunitario se podrá contemplar acciones de comunicación que deberán estar coordinadas con el equipo de Comunicación.