

## **PLAN DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD**

### **Proyecto PDT Nariño - Colombia**

#### **A – Objetivos**

##### **Objetivo general del Plan de Comunicación y Visibilidad del proyecto**

Favorecer el posicionamiento del proyecto, evidenciando los impactos y avances que se desarrollen del mismo. Brindar a la comunidad acceso a la información, abriendo espacios para el diálogo y la participación de las y los beneficiarios, para así impulsar su apropiación; todo lo anterior resaltando el apoyo de la Unión Europea y la Cooperación Española como aliados comprometidos con Nariño y Colombia.

#### **1. Objetivos generales de comunicación**

Generar procesos de comunicación que impulsen el posicionamiento, identidad y difusión de las diferentes actividades y avances del proyecto.

Impulsar la participación y apropiación de las comunidades con el proyecto, a través de procesos, actividades y productos pedagógicos y comunicativos que correspondan con la identidad cultural de la región.

La comunicación será transversal a todas las líneas de acción, buscando evidenciar los avances y momentos claves del proyecto, generando canales, productos y actividades que brinden acceso a la información de ejecución del mismo y estableciendo espacios de rendición de cuentas y transparencia de los avances y logros.

#### **2. Grupos destinatarios**

El plan de comunicaciones del proyecto tendrá como destinatarios 3 públicos definidos:

- Entidades, organizaciones y empresas participantes directas.
- Comunidad beneficiaria de las diversas líneas de acción.
- Comunidad en general, que podrá acceder a la información del programa a través de los medios de comunicación directos, locales, regionales, nacionales e internacionales.

A fin de lograr un mejor posicionamiento del proyecto y apoyar el cumplimiento de sus metas, se hará uso de diversos canales, productos y actividades que faciliten el acceso a la información, según las necesidades y lógicas culturales de cada público objetivo.

#### **3. Objetivos concretos para cada grupo específico, relacionados con los objetivos de la acción y las fases del ciclo del proyecto**

<b>Grupo</b>	<b>Objetivos</b>
Entidades, organizaciones y empresas participantes directas	Acordar los mecanismos para mantener un constante flujo de información interna, que permita un correcto manejo de la comunicación con las comunidades, la prensa y los actores directos del proyecto. Identificar los medios y espacios de difusión propios de las entidades, organizaciones y empresas participantes del proyecto y vincular las acciones de difusión con ellos, a fin de aprovecharlos para hacer difusión institucional y

Grupo	Objetivos
	externa del proyecto, siguiendo los lineamientos establecidos en el Manual de Comunicación y Visibilidad de la Unión Europea de acción exterior y de la Cooperación Española.
Comunidad beneficiaria de las diversas líneas de acción.	Identificar las prácticas, mecanismos y canales de comunicación más efectivos para las diferentes poblaciones participantes (beneficiarias) del proyecto, a fin de lograr una mayor cercanía y diálogo constante con la comunidad. Impulsar la participación y apropiación de las comunidades con el proyecto, a través de procesos, actividades y productos pedagógicos y comunicativos que correspondan con la identidad cultural de la región, promoviendo que la población beneficiaria conozca las funciones del socio y de la Unión Europea en la actividad.
Comunidad en general, que podrá acceder a la información del programa a través de los medios de comunicación directos, locales, regionales, nacionales e internacionales.	Generar procesos de comunicación que impulsen el posicionamiento, identidad y difusión de las diferentes actividades y avances del proyecto, así como la rendición de cuentas y transparencia Evidenciar los avances y momentos claves del proyecto, generando canales, productos y actividades que brinden acceso a la información de la ejecución del mismo, sensibilizando sobre cómo la UE y la Cooperación Española colaboran en apoyar estos procesos. Se coordinará el trabajo de comunicación y visibilidad con los demás proyectos financiados por el Fondo Europeo en el Departamento de Nariño. Igualmente se proporcionará información periódica a los medios de comunicación con los que la DUE tiene acuerdos para la difusión y visibilidad del Fondo Europeo.

## B- Actividades de Comunicación

### 4. Actividades principales que deberán llevarse a cabo durante el período cubierto por el plan de comunicación y visibilidad

- A. Generar un **Diagnóstico de Comunicación** que incluirá la generación y actualización de una base de datos de medios de comunicación local, regional, nacional e internacional. Así como la identificación y priorización de grupos y mecanismos de comunicación alternativos y directos, que brinden una mayor cercanía con las comunidades beneficiarias.

En dicho diagnóstico también se identificarán los medios y espacios de difusión con que cuentan los diferentes organismos y entidades participantes del proyecto, para aprovecharlos en procesos de difusión. Por último, el documento contendrá un análisis de las formas propias de comunicación de las comunidades beneficiarias, identificando oportunidades para el manejo de imagen, lenguaje y eventos existentes, que permitan lograr una mayor identidad y mejor impacto de las piezas, procesos y actividades de comunicación que se construyan.

Con los resultados de este diagnóstico se construirá una estrategia de comunicaciones que incluya los componentes de comunicación externa, digital, pedagogía, procesos y prensa.

- B. Desarrollar un **Protocolo de Comunicación Interna** del proyecto al cual se acojan todas las entidades, organizaciones y empresas participantes y que incluya un esquema de circulación de

información interna, un acuerdo de manejo de medios y espacios propios, de las entidades y organismos participantes y ejecutores.

El protocolo establecerá acuerdos de vocerías y manejo de prensa y medios alternativos internos, así como la creación de un manual de imagen del proyecto el cual debe ser corresponsable con los manuales de imagen de la UE, la AECID y las entidades aportantes.

- C. Definir una **Estrategia de Comunicación Externa**, que partiendo de los resultados del diagnóstico y de los acuerdos y manual del protocolo de comunicación interna, desarrollarán los lineamientos de manejo de prensa externa, definirá la creación y aprovechamiento de los espacios y medios propios de las organizaciones y entidades participantes del proyecto.

De igual forma la estrategia contendrá una estructuración de actividades y procesos que se puedan desarrollar con la comunidad beneficiaria; así como la creación de productos y materiales POP y piezas pedagógicas, que contarán con indicadores básicos de creación y difusión.

Estos productos, actividades y procesos deben cumplir con lo establecido en el manual de imagen del proyecto y responder a los resultados del diagnóstico de comunicación, teniendo en cuenta lo anterior la estrategia cumplirá con las siguientes pautas:

- Desarrollar actividades y procesos de comunicación que se realicen con las comunidades beneficiarias, los medios locales, alternativos y comunitarios.
- Crear material POP y pedagógico, destinados a la recordación, posicionamiento y comprensión de las acciones del proyecto, con el fin de impulsar la participación de las comunidades.
- Establecer un esquema de comunicación digital dirigido a población beneficiaria directa e indirecta.
- Realizar una estrategia de difusión dirigido a la prensa local, regional, nacional e internacional.

## **5. Herramientas de comunicación elegidas**

Las herramientas de comunicación se definirán según los resultados obtenidos en el diagnóstico de comunicación, y se clasificarán según el nivel de impacto que logren en cada uno de los públicos priorizados y los recursos designados para este fin.

El Protocolo de Comunicación Interna (PCI) y la Estrategia de Comunicación Externa (ECE), deberán ser aprobados por el comité conformado por la DUE y la AECID además de las instancias que se consideren pertinentes, que analizará la pertinencia e impacto de las propuestas a ejecutar.

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

Los indicadores se establecerán en el documento de Estrategia de Comunicación Externa (ECE) que sea aprobado por el comité delegado. Entre ellos estarán el número de productos, actividades y materiales generados, las métricas digitales establecidas en los diferentes aplicativos que se usen, la participación de la comunidad en las actividades realizadas y las publicaciones logradas en los medios de comunicación.

## **C- Recursos**

### **8. Recursos humanos**

Se realizará la contratación de un/a profesional en comunicación con experiencia y arraigo en el departamento de Nariño, quien apoyará la realización del Diagnóstico de Comunicación, así como la identificación de los públicos priorizados.

De igual forma y en conjunto con el equipo de comunicaciones de las entidades beneficiarias, aportantes y ejecutoras, construirá el Protocolo de Comunicación Interna, que incluye el manual de imagen del proyecto y la Estrategia de Comunicación Externa, con todos los esquemas de comunicación digital, propuesta de actividades, materiales y piezas de visibilidad, difusión, pedagogía y el lineamiento de prensa.

Además de apoyar la construcción de productos de comunicación, que den cuenta de la evolución de las líneas de intervención y el impacto social que tienen en las comunidades y organizaciones, incluyendo el apoyo en la realización de acciones de difusión en medios y con comunidades, así como en la realización de reportes y mediciones de impacto comunicativo.

Adicionalmente se contará con un rubro global de 15.521 €, destinado a la generación de los materiales, productos, piezas y actividades de comunicación que se establezcan tanto en el protocolo de comunicación interna, como en la estrategia de comunicación externa, los cuales deben ser previamente aprobadas por el comité delegado.

Se definirá un comité encargado de realizar el seguimiento y apoyo a la construcción de los procesos y productos de comunicación establecidos en este plan de comunicaciones.