SOCIOS PARA EL CAMBIO

PLAN DE COMUNICACIÓN Y VISIBILIDAD (C&V)

KAFAAT LILJAMIA - HACIA UN SISTEMA DE FORMACIÓN PROFESIONAL MARROQUÍ DE CALIDAD, INTEGRADOR Y CENTRADO EN EL MERCADO DE TRABAJO

Marzo de 2017.

ÍNDICE

1. Objetivos

2. Audiencia

3. Planteamiento

Mensajes fundamentales

Comunicación

Visibilidad

4. Actividades y herramientas

Identidad visual

Relaciones con los medios de comunicación

Publicaciones y actos

5.Seguimiento y evaluación

6.Recursos

1. Objetivos

El Plan de comunicación y visibilidad (C&V) sirve como guía para ejecutar acciones estratégicas orientadas a:

- Presentar los **objetivos**, el **planteamiento** y la **coherencia del proyecto** ejecutado por las dos organizaciones codelegadas, el British Council y la AECID;
- Garantizar la **visibilidad de la Unión Europea** durante todo el ciclo del proyecto;
- Llamar la atención de los responsables de la toma de decisiones y las partes interesadas de la formación profesional a niveles nacional, regional y local, y garantizar una buena comunicación entre y con los mismos para asegurar un **alto nivel de implicación**;
- Difundir ejemplos de **buenas prácticas** y compartir las enseñanzas obtenidas para promover un cambio positivo;
- **Estimular la participación** de las partes interesadas, las organizaciones de la sociedad civil y de los jóvenes en las diferentes fases del proyecto;
- **Informar a los grupos en cuestión que son el objetivo del proyecto** a nivel regional, en particular en cuanto a los programas de subvenciones;
- **Divulgar los resultados** entre las partes interesadas y el conjunto de los beneficiarios, incluidos los agentes de la sociedad civil y los jóvenes;
- Valorar la **repercusión** del proyecto.

2. Audiencia

Grupos objetivo en cuanto a la comunicación y visibilidad
Los principales grupos objetivo del plan de comunicación y visibilidad son las partes interesadas de los sectores de la formación profesional, del empleo y de la integración social a nivel regional (en las regiones Tánger-Tetuán-Alhucemas y Oriental) y nacional: • El Ministerio de **Educación** (**Departamento de Formación profesional**) y los **demás ministerios** interesados en la formación profesional, como los Ministerios de Industria, de Comercio, de la Inversión y la Economía Digital, y el Ministerio de Empleo y Asuntos Sociales – y sus delegaciones regionales • Las organizaciones gubernamentales que son partes interesadas en el sector de la formación profesional (**OFPPT, ANAPEC, AREF**, etc.) – y sus delegaciones regionales • Las agencias regionales y nacionales de desarrollo (**Agencia Regional de Desarrollo**, Observatorio Nacional del Empleo, Consejo Regional, etc.) • La **CGEM** y las **Agrupaciones Interprofesionales de Ayuda al Consejo** (GIAC, por sus siglas en francés) – y sus delegaciones regionales • Los Directores/miembros de los **centro de formación profesional** públicos y privados en las regiones interesadas • Los **empleadores/jefes de empresas**/empresarios autónomos de los sectores económicos objetivo en las regiones interesadas • Las **organizaciones de la sociedad civil** que trabajan por la inclusión social y educativa en las regiones afectadas • Los **actuales y potenciales estudiantes de formación profesional** en las regiones afectadas • Los **jóvenes desfavorecidos** con acceso reducido, o sin acceso, a la formación profesional en las regiones interesadas Por otra parte, las campañas de comunicación y de valoración de los resultados y de la repercusión del proyecto se orientarán también hacia: • El público en general, incluidas las mujeres y los jóvenes, en el resto de Marruecos • Los otros responsables de la toma de decisiones y agentes con influencia a nivel nacional en Marruecos • Las organizaciones internacionales y agencias de desarrollo presentes en Marruecos A lo largo de todo el proyecto podrán identificarse nuevas partes interesadas, que se integrarán, en su caso, en el plan de comunicación y visibilidad

3. Planteamiento

En la elaboración del plan de comunicación y visibilidad se han tenido en cuenta los siguientes principios:

- El plan de comunicación y visibilidad debe **reflejar la contribución de la UE** y contribuir a complementar las otras iniciativas de la UE en Marruecos;
- La comunicación no será un discurso unidireccional, sino un **proceso interactivo** de intercambio de mensajes y contenidos;
- La comunicación y visibilidad debería reflejar los mensajes fundamentales y la visión de la Acción y también tener en cuenta el **contexto local marroquí**;
- La estrategia de comunicación debería permitir a las diferentes partes interesadas (locales, regionales, nacionales e internacionales) y al público en general **acceder a la información** sobre las actividades y los resultados del proyecto (investigaciones, estudios, informes temáticos).

Mensajes fundamentales

La información destinada a los grupos objetivo se adaptarán a sus necesidades específicas:

- Para las partes interesadas: información clara sobre el proyecto, su contexto, sus objetivos, procedimientos, ventajas y resultados; la importancia de reforzar la cooperación y el intercambio de información.
- Para los beneficiarios potenciales (las organizaciones de la sociedad civil): información clara sobre el proyecto; las subvenciones disponibles, los procedimientos de solicitud de financiación, las posibilidades de formación/coaching.
- Para el público en general y los medios de comunicación: resultados del proyecto y de las iniciativas subvencionadas, el papel de la UE y del British Council y la AECID.

Comunicación

Nuestro planteamiento en materia de comunicación consiste específicamente en:

- Concienciar a los beneficiarios y a los grupos objetivo en cuanto al papel de la Unión Europea, la AECID y el British Council, y de la forma en que colaboran para apoyar el fortalecimiento del sector de la formación profesional en Marruecos;
- Concienciar a las partes interesadas y al público en general en cuanto a la contribución de la Acción al desarrollo de un sistema que responda a las necesidades del mercado de trabajo y permita a los colectivos vulnerables acceder a una formación de elevada calidad;
- Promover el intercambio de la información a niveles local, regional y nacional en los sectores público y privado y garantizar la máxima implicación de las partes interesadas en el objetivo de reforzar la cooperación y evitar duplicar las actividades;
- Informar permanentemente al público objetivo de los resultados de la Acción, con el fin de implicar en el proceso a todos los grupos de la sociedad.

Visibilidad

Nuestro planteamiento en materia de visibilidad consiste específicamente en:

- Velar por que el público perciba la Acción como un instrumento integrador y eficaz, orientado a mejorar el sistema de la formación profesional;

- Valorar los resultados de la acción, las iniciativas de las organizaciones locales de la sociedad civil, financiadas en el marco de las subvenciones, y las enseñanzas obtenidas.

4. Actividades y herramientas

Todas las actividades y herramientas de comunicación se pormenorizarán y ultimarán durante la fase inicial.

Identidad visual

Con el fin de dar a conocer el proyecto, se desarrollará una identidad visual para reproducir el espíritu de la Acción, con el objetivo de utilizarla en todos los materiales de comunicación. Esta identidad se definirá en el plan final de comunicación y visibilidad de la Acción, con arreglo al manual de comunicación y **visibilidad de la UE**, y se dará a conocer a las partes interesadas participantes, para que se comparta ampliamente la misma identidad. El plan reflejará el papel del British Council y de la AECID.

Relaciones con los medios de comunicación

Los medios de comunicación representan un papel fundamental en la difusión de la información. El equipo del proyecto trabajará de forma activa con los medios (por ejemplo, la televisión, la radio, la prensa escrita y digital) para concienciar al público en general en cuanto a las actividades, los avances realizados y la repercusión.

Con el fin de atraer la atención de los medios de comunicación sobre el proyecto, el equipo del mismo:

- Trabajará en estrecha colaboración con los representantes de los medios de comunicación;
- Proporcionará a los medios información, notas de prensa, informes;
- Invitará a los medios de comunicación a asistir a los encuentros que se organicen;
- Creará una sala de prensa digital en la que pueda encontrarse la totalidad de la información recogida;
- Proporcionará a los medios historias de éxito interesantes y contactos directos con los beneficiarios;
- Producirá publicaciones para el público en general y los medios que sean simples, concisas, ilustradas y que muestren la repercusión práctica del proyecto;
- Creará y mantendrá actualizada una base de datos destinada a los periodistas;
- Establecerá relaciones con los medios de comunicación regionales y locales.

Publicaciones y actos

Las actividades de comunicación serán diversas, para poder llegar a los diferentes grupos implicados. Aquellas a las que las que recurriremos en el marco del plan de comunicación y visibilidad serán fundamentalmente las publicaciones y los actos, utilizados para la transmisión de mensajes fundamentales para promover las realizaciones de la Acción. Las principales herramientas que se utilizarán serán las páginas de Internet del British Council y de la AECID (y de las partes interesadas), así como los contactos con los medios de comunicación tradicionales y sociales.

A continuación se describe una selección indicativa de las publicaciones y actos. En el plan definitivo de comunicación y visibilidad del proyecto, que se preparará en la fase de inicio, se actualizará, revisará y detallará en su totalidad la lista mencionada.

Publicación	Frecuencia	Grupo objetivo
Plan/Manual de comunicación y visibilidad	Fin del periodo de inicio	Equipo del proyecto y de la UE

Publicación	Frecuencia	Grupo objetivo
Comunicados de prensa y artículos	Durante toda la ejecución	Medios de comunicación y prensa, partes interesadas participantes
Folletos externos/ internos	Durante toda la ejecución	Partes interesadas, socios, beneficiarios directos
Informes de proyectos (lanzamiento, progresos)	Durante toda la ejecución	Partes interesadas
Material promocional e informativo, incluso en formato electrónico	Durante toda la ejecución	Partes interesadas, socios, beneficiarios directos, los usuarios de las redes sociales y visitantes de la web
Informes técnicos (análisis de la situación, plan regional de FP en las dos regiones, cartografía de las lagunas en los datos disponibles, etc.)	Véase el calendario de la Acción	Partes interesadas

Con el fin de compartir la información y presentar los resultados del proyecto, se utilizarán como herramientas de comunicación varios actos que tendrán lugar a lo largo de toda la ejecución. El contenido de las acciones se ajustará en el curso de la fase inicial en el plan de comunicación y visibilidad.

Ejecución		
Actividades	**Objetivo**	**Grupo objetivo**
Conferencias de alto nivel	Presentar las acciones, y dar inicio a un consenso general sobre los retos de la FP en las dos regiones y aclarar las funciones de las diferentes partes interesadas	Representantes del sector de la FP Sector privado Organizaciones de la sociedad civil Otros agentes internacionales
Visitas de estudio y talleres de intercambio	Intercambio de experiencias en el Reino Unido (en Inglaterra y en Escocia) y en España	Principales responsables de la toma de decisiones a nivel regional identificados en las dos regiones
Lanzamiento de la visión regional de la formación profesional (un acto por región)	Una ceremonia de firma, con participación de las partes interesadas, con el fin de manifestar el compromiso en relación con el concepto	Representantes del sector de la FP Sector privado Organizaciones de la sociedad civil
Sesiones de intercambio y de aprendizaje	Plan integrado de actividad Presentación de los resultados alcanzados, los retos y las enseñanzas obtenidas	Las partes interesadas fundamentales en función de cada esfera de resultados
Sesiones de información/formación	Promover las convocatorias de proyectos con claridad en los	Organizaciones de la sociedad civil, incluidos los jóvenes y los colectivos desfavorecidos

sobre las convocatorias de proyectos	pormenores, para atraer a las organizaciones de la sociedad civil	
Actos de divulgación a nivel nacional e interrregionales	Comunicar los resultados alcanzados/intercambio y divulgación de buenas prácticas con los representantes de otras regiones	Representantes de las instituciones locales, nacionales y regionales de la FP Partes interesadas de otras regiones Organizaciones de la sociedad civil Representantes de la FP Los beneficiarios Medios de comunicación
Clausura		
Actividades	**Objetivo**	**Grupo objetivo**
Presentaciones y debates públicos de clausura a niveles regional y nacional	Presentación pública de los resultados y de la repercusión Debate con las partes interesadas que actúan en el sector de la FP sobre la estrategia y las futuras actuaciones previstas Diálogo con las autoridades regionales y nacionales y los beneficiarios	Representantes de instituciones locales, nacionales y regionales de la FP y organismos gubernamentales Sectores económicos objetivo y agencias regionales de desarrollo Los proveedores de FP, incluido el personal educativo y el administrativo Los beneficiarios Organizaciones de la sociedad civil que actúan en el sector Los medios de comunicación El público en general , incluidos los usuarios de las redes sociales

5. Seguimiento y evaluación

El equipo del proyecto vigilará el seguimiento y evaluación que hagan los medios de comunicación en cuanto a la ejecución de las actividades, lo que comprenderá una lista de artículos de actualidad/informes/programas de radio relacionados con los ámbitos pertinentes al proyecto; copias digitales de las noticias/artículos impresos; y vínculos con el contenido en línea. Aparte de la relación y el número de apariciones, el seguimiento podría incluir también la medida del valor en términos de relaciones públicas (valor monetario con arreglo al coste de la publicidad).

A fin de comprobar la eficacia de las actividades de comunicación y visibilidad, se aplicarán una serie de indicadores a todas las actividades de promoción y visibilidad. Los resultados se incluirán en los informes de seguimiento y evaluación de las acciones.

Las actividades de comunicación y visibilidad realizadas por el proyecto pueden seguirse y evaluarse con la ayuda de los indicadores de resultados y de repercusión.

Indicadores potenciales del rendimiento

- El número y el contenido de los artículos relativos a las actividades y resultados de las acciones en los medios de comunicación
- El número de documentos, sesiones informativas, boletines informativos y de publicaciones publicados
- El número de participantes en los debates/actos organizados
- El número de miembros, temas y comentarios en los foros en línea
- Las autoevaluaciones de los beneficiarios

Indicadores potenciales de la repercusión

- Nivel/índice (%) del cambio de percepción de los resultados de las acciones antes y después de la ejecución de la estrategia
- Testimonios de beneficiarios de subvenciones (cambio, percepción)
- Niveles de participación en los debates/actos y de intercambio de información, y resultados de las investigaciones y estudios realizados por las partes interesadas

6. Recursos

Las actividades de comunicación y visibilidad se integran en toda la Acción como una actividad transversal fundamental del proyecto. Un responsable de comunicación se encargará de la gestión de las actividades de comunicación y visibilidad, en consulta con el consultor senior jefe de equipo y los equipos de gestión del BC y la AECID.

En el curso de la fase inicial, el plan de comunicación y visibilidad se transformará en un manual de estrategia de comunicación y visibilidad completamente desarrollado, e incorporará los pormenores de todas las herramientas y actividades que deban llevarse a cabo, con modelos, en caso necesario, por ejemplo de folletos, boletines de información, casos prácticos, comunicados de prensa, páginas web y redes sociales.Todos los modelos se prepararán con arreglo a los requerimientos del Manual de Comunicación y Visibilidad de la Unión Europea en las acciones exteriores.

Cuando sea posible y pertinente, la Acción y los actos vinculados con las actividades se promoverán en el marco de otros proyectos, durante las conferencias y seminarios del British Council y de la AECID, o de sus socios conjuntos.

El British Council crea oportunidades para las personas en todo el mundo, ayudando a las sociedades a realizar cambios en la educación, las habilidades, el sector público, la sociedad civil y la justicia. Trabajando en estrecha colaboración con los Gobiernos, los financiadores y las empresas, ofrecemos soluciones de desarrollo internacional, con gran valor añadido, eficaces y sostenibles a la vez.