



EUROPEAN  
UNION  
COOPERATION

“APOYO A LA LUCHA CONTRA LA  
CORRUPCIÓN EN MOZAMBIQUE”



## A – Objetivos

### 1. Objetivos generales

El objetivo general del plan de comunicación y visibilidad es garantizar que las acciones del proyecto de anticorrupción, financiadas por la Unión Europea (UE), en virtud del acuerdo MZ/FED039-688 y llevado a cabo por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y FIIAP, incorpora acciones de comunicación para destacar la lógica de las acciones ante el público general, personas y entidades específicas y los participantes de la acción, sus intereses, productos y servicios ofrecidos, en un ejercicio de mejora de la transparencia en Mozambique y la ciudadanía europea, y mejor ejecución, participación y propiedad.

El plan de comunicación y visibilidad seguirá las instrucciones del Manual de Comunicación y Visibilidad para las acciones externas de la Unión Europea, así como el Manual de Identidad Corporativa de AECID.

La coordinación de acciones siempre precederá al lanzamiento de acciones de información, comunicación o visibilidad entre la UE, AECID y FIIAP.

### 2. Grupos Objetivo

Los Grupos Objetivo del plan de comunicación y la visibilidad son:

- Población beneficiaria
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Asociaciones profesionales
- Medios de comunicación nacionales, regionales e internacionales.
- Principales instituciones del poder judicial mozambiqueño:
  - *Tribunal Supremo (TS)*
  - *Conselho Superior da Magistratura Judicial (CSMJ)*
  - *Conselho Superior da Magistratura do Ministério Público (CSMMP)*
  - *Procuradoria Geral da República (PGR)*
  - *Gabinete Central de Combate à Corrupção (GCCC)*
  - *Serviço Nacional de Investigação Criminal (SERNIC)*
  - *Centro de Formação Jurídica e Judiciária (CFJJ)*

### 3. Objetivos específicos para cada grupo objetivo en relación con los objetivos de la acción y las fases de los proyectos.

La estrategia de comunicación y visibilidad del proyecto “Apoyo a la lucha contra la corrupción en la República de Mozambique” tiene como principal objetivo divulgar las actividades realizadas por la AECID y financiadas por la Unión Europea, siendo principales destinatarios del plan de comunicación, las instituciones del país-socio local (Mozambique), las organizaciones no-gubernamentales de este país que estén relacionadas con el tema abordado y la sociedad civil como un todo.

Este plan debe estar coordinado con los demás socios involucrados en la gestión del proyecto.

La estrategia de comunicación tiene los siguientes objetivos específicos:

- Crear conciencia sobre la existencia de corrupción gubernamental en Mozambique.
- Cumplir con los requisitos de comunicación y visibilidad de la UE para el proyecto financiado con fondos europeos.
- Crear relaciones institucionales entre los diferentes organismos involucrados en el proyecto.
- Presentar los logros, resultados e impacto del proyecto.
- Sensibilizar a la población sobre los esfuerzos para combatir la corrupción en su país.
- Dar a conocer el trabajo conjunto de AECID, FIIAPP y la Unión Europea, para combatir la corrupción, a través de la cooperación internacional.
- Asegurarse de que el público objetivo conozca el papel de cada socio y la UE en las actividades del proyecto.

| OBJETIVO   | OBJETIVOS ESPECIFICOS   |
|--|---|
| <b>Población Beneficiaria</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos, los resultados esperados y los impactos del proyecto.</li> <li>• Garantizar que la población beneficiaria conozca el papel de AECID y la UE.</li> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul>  |
| <b>Organizaciones de la sociedad civil</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos, los resultados esperados y los impactos del proyecto.</li> <li>• Garantizar que la población beneficiaria conozca el papel de AECID y la UE.</li> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul>  |
| <b>Asociaciones profesionales</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos, resultados esperados e impactos del proyecto a las asociaciones profesionales.</li> <li>• Asegurar que las asociaciones profesionales beneficiarias conozcan el papel de AECID y la UE.</li> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul> |
| <b>Socios Técnicos y financieros</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos, resultados e impactos esperados del proyecto a socios e instituciones internacionales.</li> <li>• Asegurar que las parcelas internacionales conozcan el papel de AECID, FIIAP y la UE.</li> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul>  |
| <b>Socios técnicos y políticos de la intervención, ministerios, delegaciones e</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos del proyecto, los resultados esperados y los impactos a las instituciones nacionales.</li> <li>• Garantizar que los socios beneficiarios conozcan el papel de AECID y la UE.</li> </ul>  |

|  |   |
|--|---|
| <b>instituciones bajo su tutela</b>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul>   |
| <b>Los medios a nivel regional, nacional e internacional</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir adecuadamente los éxitos del proyecto, los resultados esperados y los impactos a los medios.</li> <li>• Asegúrese de que los medios conozcan el papel de AECID y la UE.</li> <li>• Aumentar la percepción del trabajo conjunto y la necesidad de colaboración y coordinación para lograr objetivos comunes, facilitar la apropiación y la participación.</li> </ul> |

Medios previstos para el público objetivo

| <b>Público objetivo</b>                 | <b>Medios de comunicación previstos</b>  |
|---|--|
| Población Beneficiaria                  | Página web, televisión, radio, prensa, publicidad, blog, buzones de sugerencias, campañas de sensibilización.                                      |
| Sociedad civil                          | Reuniones y encuentros, intercambios, publicaciones, boletines, páginas web, formación, stands, medios audiovisuales, campañas de sensibilización. |
| Asociaciones profesionales              | Reuniones y encuentros, intercambios, publicaciones, boletines, página web, formación, stands, medios audiovisuales, campañas de sensibilización.  |
| Socios políticos y técnicos nacionales. | Reuniones y encuentros, intercambios, publicaciones, boletines, página web, formación, intercambio de documentación, asociaciones,                 |
| Socios técnicos y financieros           | Boletines informativos, página web, conferencias de prensa, comunicados de prensa, asociaciones.   |
| Medios                                  | Boletines, página web, conferencias de prensa, comunicados de prensa, declaraciones, entrevistas, visitas.   |

## **B – Actividades de Comunicación**

Los métodos de comunicación seleccionados y los mensajes planificados se transmitirán tanto como sea posible en los idiomas nacionales y en portugués.

La leyenda "Este proyecto está financiado por la Unión Europea" se incluirá en todos los documentos y materiales producidos.

Las comunicaciones se centrarán en el impacto y el desempeño de las actividades.

### **4. Principales actividades que se llevarán a cabo durante el período del plan de comunicación y visibilidad.**

En relación con la comunicación del proyecto, se debe hacer un diagnóstico y una planificación específica para definir bien los objetivos, resultados e instrumentos. Indicativamente, se planifican las siguientes actividades durante el período de ejecución:

- Valorizar las acciones del Ministerio y los diferentes actores.
- Desarrollar una estrategia de comunicación.

- Organizar y fortalecer la unidad de comunicación
- Revisión de páginas web
- Creación de bibliotecas de fotos.
- Campañas.

#### Producción y difusión de información.

- Visitas de campo por los medios y otros socios.
- Producción de materiales de comunicación corporativa.
- Llamadas a eventos públicos en los siguientes momentos:
  - o Lanzamiento del proyecto.
  - o Firma de acuerdos.
  - o Reuniones anuales de planificación y revisión.
  - o Presentación de resultados.
  - o Cierre del proyecto.
- Redes sociales
  - o Página web.
  - o Twitter
  - o Facebook.
  - o Blog
  - o Material gráfico y videos.
- Material escrito y audiovisual.
  - o Folletos y boletines
  - o cartas
  - o Guías y publicaciones.
  - o Videos

Sensibilizar a los ciudadanos sobre las posibilidades de la mejora sostenible en el sector:

- Investigaciones.
- Debates.
- Entrevistas.
- Plataformas de diálogo.
- Organización de foros y ferias.

### **5. Herramientas de Comunicación escogidas**

Para llevar a cabo estas actividades, se utilizarán las siguientes herramientas y canales de comunicación:

- Comunicados de prensa (radiofónicos y televisivos) sobre las actividades susceptibles de llamar la atención del público y de ilustrar los logros.
- Folletos sobre las intervenciones y lecciones aprendidas ;
- Promoción ante los responsables de la toma de decisiones (mediante propuestas de resoluciones y visitas de presenta a los lugares donde se realizan las actividades) con el fin de facilitar la toma de decisiones que contribuirán a la sostenibilidad de los logros del proyecto;
- Fotos ilustrativas de los avances del proyecto ;
- Objetos promocionales para su distribución (Camisetas, gorras, pins, albums de fotos, etc),
- Anuncios publicitarios (radiofonicos y televisados) como vehiculo para que los mensajes se dirijan a los productores y al publico en general;
- Reportajes televisivos y radiofónicos

- Con ocasión de ceremonias de recepción o entrega oficial de infraestructuras, equipamiento o suministros adquiridos en beneficio de los destinatarios y socios del proyecto
- Con el fin de recoger testimonios o « historias de éxito » de los beneficiarios y socios del proyecto;
- Paneles permanentes indicativos de los lugares donde se realizan las actividades;
- Carteles con información y mensajes de sensibilización sobre temas específicos;
- Documental televisivo donde se destaquen los resultados y el impacto del proyecto.

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

La implementación del plan de comunicación y visibilidad será medida de acuerdo con los indicadores de actividad, resultado e impacto siguientes:

- Número de conferencias de prensa realizadas.
- Número de jornadas de información realizadas.
- Número de anuncios publicitarios en los medios de comunicación
- Número de páginas web creadas o mejoradas.
- Número de notas de prensa difundidas, de fotografías y de videos facilitados a los medios de comunicación.
- Número de productos audiovisuales elaborados.
- Número de visitas a la página web y a las redes sociales.
- Incremento de la participación de los actores en las actividades.
- Número de personas afectadas por las actividades.
- Número de personas informadas sobre las actividades.

Además de estos, se podrán desarrollar otros indicadores durante el desarrollo de la intervención.

## **7. Disposiciones relativas a la retroalimentación**

El sistema de evaluación y monitoreo también proporcionará información sobre los aspectos de comunicación y visibilidad descritos

## **C- Recursos**

### **8. Recursos Humanos**

Un especialista estará a cargo de desarrollar y monitorear la ejecución y monitoreo del plan de comunicación del proyecto.

### **9. Recursos financieros**

300.000 EUR