



# Plan de comunicación y visibilidad

*URBAYITI: Acceso a los servicios básicos de agua y saneamiento.*

*Acuerdo de cooperación delegada entre la UE y la AECID.*

Mayo de 2018



## Plan de comunicación y visibilidad

---

### Antecedentes

La AECID presenta en este documento las estrategias que pondrá en marcha para dar visibilidad a las acciones del proyecto **URBAYITI: Acceso a los servicios básicos de agua y saneamiento**, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo económico y social del país y a la resiliencia de las poblaciones frente a los riesgos a través de la mejora de la gestión y la calidad de vida de las ciudades. La acción pretende reforzar la resiliencia de las ciudades y poblaciones urbanas a través de la mejora del acceso al agua potable y al saneamiento en la tercera sección municipal de Puerto Príncipe, Martissant.

Todas las acciones de visibilidad se ajustarán al manual de comunicación y visibilidad de la Unión Europea y se integrarán en el plan global de visibilidad de Urbayiti (en particular, la carta gráfica de Urbayiti).

### A – Objetivos

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

El objetivo es dar visibilidad, en la lengua de origen de los beneficiarios (criollo), a las distintas acciones del proyecto, tanto dentro como fuera de la zona de intervención, así como a los resultados y a las experiencias que se recaben a lo largo de la ejecución del proyecto "URBAYITI: Acceso a los servicios básicos de agua y saneamiento", y dar a conocer a la población el papel de la UE como donante en el marco de este proyecto.

#### **2. Grupos beneficiarios**

- La población directamente beneficiaria de la zona urbana de la tercera sección municipal de Puerto Príncipe, Matissant, 139 982 hombres y 153 059 mujeres.
- Las instituciones estatales y no estatales que son entidades organizadas con las que vamos a colaborar a lo largo del proyecto.
- Los medios de comunicación locales, en particular las radios comunitarias, que serán informadas por la dirección del proyecto de todas las actividades puestas en marcha a lo largo de la ejecución del mismo, y que transmitirán dicha información a los oyentes locales.
- De forma indirecta, la población general del municipio de Puerto Príncipe, 465 840 hombres y 521 470 mujeres.

#### **3. Objetivos específicos para cada grupo beneficiario, en relación con los objetivos de la acción y las fases del ciclo de ejecución del proyecto**

- a. Poner en conocimiento del público los objetivos del proyecto, las razones de su formulación, los resultados alcanzados y el impacto pretendido
- b. Difundir los avances realizados y los resultados obtenidos a lo largo del proyecto
- c. Realizar una comunicación eficaz, transparente y comprensible para toda la sociedad sobre el contenido del proyecto.
- d. Dar visibilidad a las actividades del proyecto y dar a conocer el papel de la Unión Europea (UE)



## Plan de comunicación y visibilidad

---

### **B - Actividades de comunicación**

#### **4. Principales actividades que se realizarán durante el periodo abarcado por el plan de comunicación y visibilidad;**

#### **5. Instrumentos de comunicación escogidos**

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

#### **7. Disposiciones relativas al retorno de la información (en su caso)**

##### 1 Divulgación del proyecto:

Al principio de la intervención, realizaremos una **actividad de lanzamiento y presentación**, en la que contaremos con la presencia de las instituciones que participarán en el proyecto y sus beneficiarios, que servirá para señalar claramente los objetivos, los resultados que se quieren alcanzar y la fuente del apoyo, con la contribución financiera de la UE al Gobierno haitiano. Se invitará a los medios de comunicación a este evento.

A lo largo de la intervención, daremos difusión al proyecto en los distintos encuentros con las autoridades locales de Martissant y los representantes de las organizaciones de la sociedad civil (OSC). Así por ejemplo, se ha previsto abrir una cuenta en Twitter para compartir los progresos del proyecto.

La AECID se encargará de la divulgación fuera de Haití, a través de espacios de difusión de información, la página web y la memoria anual. Fotos y artículos sobre la intervención servirán para esta divulgación.

Al final del proyecto, se realizará una **actividad de clausura** con la presencia de las instituciones participantes y los beneficiarios del proyecto. Se invitará a los medios de comunicación a este evento.

El lanzamiento y la clausura del proyecto se organizarán en coordinación con la comunicación global de Urbayiti.

##### 2 Paneles de visibilidad:

Desde el principio, dispondremos de 2 paneles de visibilidad, con los logotipos de las distintas instituciones, el donante y los responsables, y con la información clave del proyecto. Colocaremos un panel de cada tipo en puntos estratégicos, para darles la máxima visibilidad.

Los paneles serán de materiales duraderos y estarán fijados al suelo, para evitar su traslado o sustracción.

##### 3 Banners o impresiones gráficas de promoción:

Confeccionaremos banderolas explicativas, *banners*, en tejido resistente, con el nombre del proyecto y los logotipos de las distintas instituciones y del donante. Las banderolas se desplegarán en los distintos eventos de formación, reuniones o actividades que se lleven a cabo con los distintos agentes.



## Plan de comunicación y visibilidad

Además, haremos impresión de camisetas, y adhesivos. Las camisetas lucirán mensajes claros y concisos dirigidos a la población en general o a sectores concretos: mujeres, organizaciones de la sociedad civil local, etc. El personal del proyecto vestirá las camisetas en todas las actividades y visitas de seguimiento.

Los adhesivos exhibirán los logotipos y se pondrán en todos los equipamientos, o materiales duraderos, que se adquieran con financiación de la UE.

### 4 Documentos de formación, publicaciones

Todos los documentos de formación que se vayan a utilizar deberán estar redactados en francés y/o criollo, de forma que los participantes puedan entender bien su contenido. Todos los documentos llevarán el logotipo de la UE, en su condición de donante. Los manuales de formación, así como toda la documentación del proyecto, estarán sistematizados, y se remitirá una copia a los distintos actores interesados, a los beneficiarios, OCB, ayuntamiento y autoridades locales, a fin de que dichos documentos puedan utilizarse en el marco de otras actividades que estas personas puedan realizar en el futuro.

### 5 Anuncios y/o espacios radiofónicos para la promoción de las distintas acciones del proyecto y la sensibilización sobre el agua y el saneamiento.

En el marco de la promoción de la higiene y el saneamiento, se ha previsto que esta actividad sea gestionada y planificada en colaboración con las autoridades y OSC. Los temas a los que se dará prioridad son los presentados en el proyecto: la gestión sostenible de los recursos hídricos, el pago por los servicios, la contaminación de la capa freática por las letrinas y las costumbres de higiene en el hogar. Además, estos espacios servirán para compartir los progresos del proyecto. Se han previsto 20 emisiones de anuncios.

### 6 Sistematización audiovisual de las lecciones aprendidas del proyecto.

La sistematización audiovisual tiene por objetivo identificar las acciones que han provocado cambios importantes con la contribución del proyecto, como por ejemplo la transformación de las mentalidades y las capacidades en relación con la gestión del agua y el saneamiento. El proceso participativo de sistematización deberá hacer hincapié en los factores que han entorpecido o favorecido el proyecto, las buenas prácticas y las lecciones aprendidas a nivel personal, comunitario e institucional. El documental, que tendrá una duración de 10 minutos, se grabará en formato digital para que pueda ser difundido en los medios de comunicación de ambos países, las organizaciones, las instituciones o las escuelas. Se presentará oficialmente en un evento público y se difundirá entre las cadenas de televisión para su emisión.

### 7. Celebración del día mundial del agua, el 22 de marzo, y del día mundial del saneamiento, el 19 de noviembre.

La idea programada es celebrar estos días los años 2019, 2020 y 2021. En principio, ambas celebraciones se planificarán junto con las autoridades locales y las OSC.

### 8. Actividades generales de comunicación institucional de la AECID.

La AECID trabaja por la concienciación de la población a nivel global a través de distintos instrumentos, entre los que podemos mencionar los siguientes:

- Difusión en la página web de la AECID: <https://www.aecid.es/>. Se publicarán dos noticias en la página principal de la AECID.
- Difusión en la página web de la OTC-HAITI: <https://www.aecid.ht/fr>. Se publicará al menos una noticia cada tres meses.
- Memoria anual de todas las actividades de la AECID.



## Plan de comunicación y visibilidad

---

### **C- Recursos**

#### **8. Recursos humanos**

La responsabilidad de las actividades de comunicación y visibilidad recaerá sobre la Asistente Técnica contratada por la AECID para garantizar la coordinación y el seguimiento del proyecto. Su misión será asegurarse de que todas las personas del equipo, en su condición de ejecutores de la acción apoyada por la Unión Europea, pongan en práctica este plan de visibilidad. La Asistente Técnica contará con la asistencia del personal de comunicación de la AECID en Haití, y, en casos puntuales, de las personas responsables de la comunicación de la AECID en Madrid.

#### **9. Recursos financieros**

El presupuesto y el cronograma para la puesta en práctica de este Plan de comunicación son los siguientes:



## Plan de comunicación y visibilidad

Acción	Unidad	Cantidad	Coste EURO	Coste total EURO	Periodo de ejecución
<b>Anuncio radiofónico</b>	N.º de veces	20	27	540	2019, 2020 y 2021
<b>Paneles</b>	Unidad	2	270	540	2019
<b>Banderolas</b>	Unidad	6	70	420	2019, 2020 y 2021
<b>Camisetas</b>	Unidad	50	5	250	2019
<b>Polos</b>	Unidad	10	9	90	2019
<b>Adhesivos, lote de 100</b>	Unidad	4	20	80	2019
<b>Lanzamiento del proyecto (alimentación, papelería)</b>	Día	1	800	800	2019
<b>Clausura del proyecto (alimentación, papelería)</b>	Día	1	800	800	2021
<b>Video</b>	Unidad	1	8000	8000	2019, 2020 y 2021
<b>Celebración del día mundial del agua, el 22 de marzo, y del día mundial del saneamiento, el 19 de noviembre</b>	Unidad	6	1400	8400	2019, 2020 y 2021
<b>Publicación de noticias en la página web de la OTC-HAITI</b>	Noticia	12	-	-	2019, 2020 y 2021-
<b>Publicación de noticias en la página web de la AECID</b>	Noticia	2	-	-	2019, 2021 y 2021
<b>Publicación en Twitter</b>	Tweet	-	-	-	2019, 2020 y 2021
				19.920 EURO	<b>TOTAL</b>