



FONS MALLORQUÍ

DE COOPERACIÓ

GUIA DE ACCIONES DE COMUNICACIÓ DE LOS PROYECTOS FINANCIADOS

No necesitamos programas de comunicación, sino comunicación para avanzar en los programas. Antanas Mockus, ex alcalde de Bogotá

1. Introducción

En un entorno cada vez más complejo y dinámico, la capacidad de comunicar claramente y de forma coherente es fundamental para el éxito de cualquier iniciativa. Este manual está diseñado para proporcionar las herramientas necesarias para mejorar la comunicación de los proyectos financiados por el Fons Mallorquí.

El objetivo prioritario de este manual es ofrecer las pautas necesarias para diseñar un buen plan de comunicación de los proyectos para promover prácticas de comunicación que garanticen la transparencia en todas las fases del proyecto, desde la planificación hasta la ejecución y el cierre.

2. Requisitos para los proyectos financiados

Todos los destinatarios de financiación del Fons Mallorquí tienen la obligación de reconocer el origen y asegurar la visibilidad de cualquier financiación recibida por parte del Fons.

Las obligaciones de visibilidad se aplican por igual a beneficiarios, contratistas, organizaciones, títulos o personas que desarrollen actividades externas sea en gestión directa o indirecta, que están parcial o totalmente financiados por el Fondo Mallorquí.

Garantizar una visibilidad adecuada de las finanzas del Fons Mallorquí proporciona responsabilidad y transparencia sobre el uso de los fondos económicos dados.

2.1 Visualización del Fons Mallorquí en los proyectos.

2.1.2. El logotipo del Fons Mallorquí.

El logotipo del Fons Mallorquí es la marca visual más importante utilizada para conocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación. Aparte de este emblema, no se puede crear ni utilizar ninguna otra identidad visual o logotipo para destacar el apoyo del Fons Mallorquí. Por tanto, todos los destinatarios de financiación del Fondo Mallorquí deben utilizar el logotipo del Fondo Mallorquí para reconocer el apoyo recibido en el marco de los programas y contribuir a la visibilidad del Fondo en las localidades donde se desarrollan los proyectos.

- El logotipo del Fondo debe mostrarse correctamente y de manera destacada.
- Cuando el Fondo Mallorquí sea el único financiador, el logotipo debe colocarse en el lugar más visible. Si existen otros financiadores, debe aparecer tan destacado como el del resto de socios financieros.
- Cuando el logotipo del Fondo se reproduzca en cualquier representación gráfica, debe utilizarse íntegramente, sin modificaciones ni adiciones.
- El logotipo del Fons Mallorquí se puede encontrar en la web del Fons: [https://admin.fonsmallorqui.org/uploads/flat_pages/panels/fons-mallorqui-color-
jpeg.jpg1635507257.jpg](https://admin.fonsmallorqui.org/uploads/flat_pages/panels/fons-mallorqui-color-jpeg.jpg1635507257.jpg)

2.1.3. La declaración de financiamiento.

El logotipo del Fons Mallorquí debe ir acompañado de la siguiente declaración de financiación el apoyo del Fondo Mallorquín:

Proyecto financiado por el Fons Mallorquí / Actividad financiada por el Fons Mallorquí
Proyecto cofinanciado por el Fons Mallorquí / Actividad cofinanciada por el Fons Mallorquí

Se escribirá íntegramente en la lengua local relevante y se colocará debajo del logotipo del Fondo.

Tanto el logotipo del Fons Mallorquí como la declaración de financiación son esenciales para reconocer el apoyo del Fons Mallorquí.

2.1.4 Ejemplos de visualización del logotipo y la declaración de financiamiento.

- Paneles de visualización, placas conmemorativas y pancartas: el logotipo y la declaración de financiación deben ser suficientemente visibles en función de la magnitud de la construcción. Deben permanecer junto al proyecto financiado durante la ejecución del mismo y hasta seis meses después de terminada la actividad.
- Vehículos, suministros y equipamientos.
- Publicaciones: El logotipo del Fons Mallorquí y la declaración de financiación debe incluirse en informes, folletos, dípticos, carteles, boletines y otras publicaciones, impresas o electrónicas, directamente relacionadas con el proyecto.
- Papelería, tarjetas de visita, cabeceras, etc.

2.1.5 Activos digitales

Se entiende por activos digitales aquellas herramientas que dan soporte a la comunicación en formato virtual. Esto incluye páginas web, imágenes, infografías, vídeos, publicaciones en redes sociales. proyecto financiado.

Las entidades financiadas se servirán de sus espacios web y redes sociales para difundir el proyecto financiado.

Se pide un mínimo de **tres publicaciones**: al inicio del proyecto; una vez entregado el informe parcial, con la publicación de actividades que demuestren el desarrollo del proyecto y una vez finalizado, con la publicación de resultados. sin embargo, es libre de hacer más publicaciones si lo considera oportuno.

Todas las publicaciones referentes al proyecto financiado por el Fons Mallorquí deben llevar las siguientes menciones:

@fons_mallorqui per Instagram
@FonsMallorqui per Facebook

I las siguientes etiquetas:

#TocaFons
#FonsMallorquí
#Cooperació/#Emergència/#Sensibilització (segons quina sigui la tipologia del projecte).

2.2 Presupuesto

En principio, los proyectos no deben incluir una partida específica dedicada a la visibilización. No obstante, cualquier coste necesario para el cumplimiento de la visibilidad contractual debe tenerse en cuenta en el presupuesto previsto para el proyecto.

2.3 Derogación en situaciones excepcionales

La excepción de la obligación de visibilidad contractual sólo está permitida en situaciones excepcionales. Por ejemplo, problemas de seguridad o de sensibilidades políticas pueden hacer que sea necesario limitar las actividades de visibilidad en determinados países o zonas de conflicto durante un período determinado. En estos casos, las herramientas de visibilidad, los productos y canales a utilizar para promocionar una determinada acción se determinarán de manera particular.

La necesidad de una intervención rápida en respuesta a una crisis repentina no se considera una excepción situación nacional que justifique una excepción obligaciones contractuales de visibilidad.

En estos casos, la visibilidad del Fons Mallorquí debe garantizarse desde el inicio.

3. Guión para elaborar el Plan de comunicación de los proyectos financiados por el Fons Mallorquí

Las entidades financiadas deben presentar un plan de comunicación que incluya los siguientes apartados:

1. Introducción: Explicar brevemente en qué consistirá la estrategia de comunicación propuesta. Las estrategias de comunicación de un Plan pueden ser de tres tipos, o un híbrido de los tres:

- Informativa: Con el objetivo de proveer información clara y accesible sobre el proyecto y sus resultados.
- Participativa: Con el fin de involucrar a la comunidad en actividades y decisiones relacionadas con los proyectos.
- Promocional: Con el fin de resaltar historias de éxito y testimonios para inspirar y motivar la participación de la comunidad/público objetivo.

2. Objetivos. ¿Qué pretendemos con nuestro plan de comunicación? ¿A qué cambios queremos contribuir? Los objetivos de la estrategia de comunicación se orientan a los objetivos del proyecto. Algunos ejemplos de objetivos son:

- Sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de la educación para la ciudadanía global.
- Promover la participación activa de la comunidad en los proyectos propuestos.
- Difundir los logros y avances del proyecto para fortalecer el apoyo y la participación continuada.
- Establecer canales de comunicación efectivos y continuos con todos los actores involucrados.

3. Público objetivo: Es necesario definir el público objetivo al que se quiere llegar, al que nos dirigimos.

- Comunidad educativa.
- Organizaciones no gubernamentales y asociaciones civiles.
- Medios de comunicación locales y regionales.
- Autoridades locales.
- Ciudadanía en general.

4. Mensajes clave: ¿Cuáles serán los mensajes clave de la estrategia de difusión del proyecto? Los mensajes más efectivos son cortos y simples. Se recomienda concentrarse en dos o tres mensajes principales, y utilizarlos insistentemente por diferentes canales para promocionar su proyecto, a lo largo de la campaña o actividad. Ejemplos.

- "La educación para la ciudadanía global nos prepara para ser ciudadanos responsables y comprometidos con el mundo."
- "Juntos podemos construir una comunidad más justa, inclusiva y solidaria."

5. Herramientas y canales: Explicar qué herramientas i canales se utilizarán para difundir las actividades. Ejemplos:

- Medios Digitales:

- Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram).
- Página web oficial del proyecto/entidad.
- Boletines electrónicos.

- Medios Tradicionales:

- Prensa escrita (artículos y anuncios en medios locales)
- Emisoras de radio y canales de televisión locales o autonómicas.

- Eventos y actividades:

- Talleres y seminarios.
- Puntos de información, ferias.
- Conferencias.

- Material impreso:

- Trípticos y carteles.
- Roll up.
- Guías didácticas.

6. Cronograma:

- Indicar el calendario de ejecución de las acciones propuestas en este plan.
- Incluir una previsión de las publicaciones y/o acciones de comunicaciones que se realizarán. (Al menos con las tres prioritarias explicadas anteriormente).

7. Indicadores y métodos de evaluación. Qué instrumentos y sistemas de monitorización y evaluación se utilizarán para medir el impacto de nuestra actividad de comunicación. Ejemplos:

- Número de participantes en talleres y eventos. / Control de asistencia.
- Alcance y participación en redes sociales. / Análisis de métricas en redes sociales y web.
- Cobertura a los medios de comunicación. /Reporte de publicaciones.
- Feedback y encuestas de satisfacción de los participantes.
- Encuestas y cuestionarios.

8. Seguimiento:

- La entidad se compromete a realizar una reunión trimestral con la técnica de comunicación del Fons Mallorquí para evaluar el proceso comunicativo del proyecto y ajustar estrategias según sea necesario.

- La entidad se compromete a incorporar nuevas herramientas y métodos de comunicación en su caso, según la información de retorno (feedback) recibida en cada fase del proyecto.