

---

## **PLAN DE COMUNICACIÓN**

---

### **ÍNDICE**

- 1. Objetivos**
- 2. Público Objetivo**
- 3. Estrategia comunicativa**
- 4. Acciones**
- 5. Cronograma**

---

## **ECOSOL ONGD**

---

En ECOSOL entendemos la comunicación como la transferencia de información entre titulares, para la generación de conciencia crítica y actitudes transformadoras sobre las injustas situaciones de poder y la vulneración de derechos humanos, hacia una ciudadanía global.

**Objetivos de comunicación:**

1. Informar del trabajo realizado por las entidades que estamos implicadas en el proyecto.
2. Informar sobre los impactos generados por el Proyecto.
3. Informar y generar conciencia sobre la necesidad del fomento del ejercicio de derechos y la denuncia de situaciones de vulneración de los mismos
4. Contribuir en la construcción de una ciudadanía transformadora

**Público objetivo:**

Titulares de derechos:

Base social de ECOSOL (personas socias, voluntarias, trabajadoras, equipo de gobierno y socios locales), otras ONGD y redes valencianas vinculadas a temas de cooperación internacional y derechos humanos, centros escolares, asociaciones de vecinos, Universidades Valencianas, así como, ciudadanía valenciana en general.

Titulares de obligaciones y responsabilidades:

Administraciones públicas valencianas

**La estrategia de comunicación:**

Consistirá en presentar el Proyecto, a la base social de la entidad (personas socias, voluntarias, técnicas, órganos de gobierno y socios locales) y a otras entidades y movimientos sociales valencianos.

Para dar a conocer este proyecto se pondrá en marcha una estrategia de comunicación basada en un Enfoque de Derechos, donde se trabajará tanto con titulares de derechos, como de obligaciones y responsabilidades, para la generación de conciencia crítica y transformadora.

Se incorporaran en todas las comunicaciones previstas, los códigos visuales de marca (logotipos) de las entidades participantes.

**La estrategia de medios:**

Se utilizarán diversos soportes: artículos de opinión, testimonios de los titulares de derechos participantes en el proyecto, memorias de la entidad, redes sociales y web. Sobre todo se utilizarán medios telemáticos por su gran cobertura y acceso de las personas y entidades a la que va dirigida la campaña de información y por su escaso impacto medioambiental con la reducción del papel como medio de comunicación.

**Acciones específicas de difusión:**

Con la irrupción de las nuevas tecnologías, redes sociales y nuevas formas de comunicación se hace necesario incorporarlas y adaptar las estrategias de comunicación a los nuevos formatos.

Las actividades propuestas dentro del plan de comunicación son:

- MATERIALES VIRALES A partir del fondo audiovisual existente, pero enfocada principalmente en adaptarlos a las redes sociales, marketing viral, memorias
- MATERIALES INFORMATIVOS. En la web de las entidades, en las memorias, en asambleas y en la comunicación electrónica y en papel dirigida a las socias y socios, en las actividades de sensibilización y Educación Para el Desarrollo se dará a conocer el proyecto y las entidades que en él participan.
- A la finalización del proyecto, se incluirá el plan de COMUNICACION DE LOS IMPACTOS GENERADOS.

**Cronograma**

El inicio del Plan de comunicación coincidirá con la fecha de inicio de la ejecución del proyecto, finalizando a los tres meses de la conclusión de éste, con la idea de socializar también los impactos del mismo.