

GOR GOORLU MAI
Kebemer Senegal
RADIO Si!



Si!

Nazioarteko Elkartasuna
Solidaridad Internacional

PLAN DE COMUNICACIÓN
2016 - 2020

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA **Si!** SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

Agradecimientos especiales a las socias locales, a los agentes estratégicos y a las personas activistas y voluntarias que participaron en el proceso de consulta e investigación por los valiosos aportes y reflexiones que contribuyeron de forma significativa a la elaboración del presente PLAN DE COMUNICACIÓN 2016-2020. También a la participación y a las aportaciones realizadas a lo largo del proceso de consulta, reflexiones y aportaciones de las entidades que participan en la Red 1948-2048 y a las entidades de la Red Si.

- Año aprobación: 2016
- Elaboración: Solidaridad Internacional

INDICE

1. INTRODUCCION.....	05
2. HISTORIA, MISIÓN, VISIÓN Y MODELO DE COOPERACIÓN.....	07
3. LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL.....	08
4. AMBITOS ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN DE Si.....	10
5. VISIÓN INFORMATIVA Y ESTILO DE COMUNICACIÓN.....	11
6. EJES DE COMUNICACIÓN: OBJETIVOS, METAS E INDICADORES	12
7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	17
8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA.....	18
9. REDES Y COMUNICACIÓN.....	20
10. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, METAS, INDICADORES Y RESPONSABLE.....	21
11. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN 2016-2020.....	27

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA **Si!** SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

1. INTRODUCCION

En nuestra comunicación, el lenguaje que usamos debe estar orientado a conseguir procesos de solidaridad en cada persona y en la sociedad en su conjunto, logrando, con esos procesos, contribuir de manera positiva a cambiar la realidad.

El lenguaje es un instrumento de comunicación y de cohesión social. La expresión lingüística se inserta en un proceso más complejo de comunicación social, en el que las palabras son un instrumento o vehículo de transmisión de ideas. Por tanto, no hay lenguaje neutro. Toda expresión lingüística es interpretada por quienes la reciben y ahí confluyen muy diversos elementos: sujeto, objeto, realidad social, tradición, valores culturales, concepciones de justicia, etc.

El lenguaje es un reflejo de nuestra situación social y también un elemento auxiliar que colabora en construir el lugar de mujeres y hombres, a mantenerlo o cambiarlo (como ejemplo). La palabra, hablada o escrita, opera de forma silenciosa, y a veces de forma no tan silenciosa, en el mantenimiento o la construcción de estereotipos y referentes sexuales que pueden suponer un freno a los avances sobre la igualdad sexual o, por el contrario, estimular el cambio.

El uso del lenguaje que realizamos en nuestra comunicación no tiene un uso meramente descriptivo, prescribe un determinado orden valorativo que puede jerarquizar posiciones sociales: infravalorar o sobrevalorar determinadas situaciones. El lenguaje una convención social que ayuda a conformar la realidad y nos enseña a ver el mundo.

Por medio de la comunicación externa realizada y multiplicada por las redes sociales y los medios de comunicación logramos transmitir a la sociedad de manera que quede impreso en nuestro universo, la situación y realidad en la que viven las sociedades en las que trabajamos, dejando constancia no sólo de las desigualdades entre países y las situaciones de emergencia y catástrofe que se viven más acentuadamente cuando falta un desarrollo sostenible.

A través de la comunicación para la solidaridad se generan cambios de actitud que desencadenan la acción solidaria necesaria para lograr tanto objetivos de desarrollo sostenible como de dignidad humana en cualquier persona que requiera de esa respuesta solidaria por parte de sus semejantes.

Las ocho características de esta Comunicación para la Solidaridad son:

- Incluir la perspectiva de género en la comunicación e introducir en el lenguaje y en las imágenes las actividades que realizan, han realizado o van a realizar las mujeres, sus intereses, sus aportaciones y sus necesidades. En definitiva, visibilizarlas, situarlas en el mundo y reflejar de qué manera participan en él.
- Incluir la perspectiva LGTBI en la comunicación e introducir en el lenguaje y en las imágenes las actividades que realizan, han realizado o van a realizar las personas LGTBI, sus intereses, sus aportaciones y sus necesidades. En definitiva, visibilizarlas, situarlas en el mundo y reflejar de qué manera participan en él.
- A estos efectos el lenguaje es un reflejo de nuestra situación social y también un elemento auxiliar que colabora en construir el lugar de mujeres y hombres, a mantenerlo o cambiarlo. La palabra, hablada o escrita, opera de forma silenciosa, y a veces de forma no tan silenciosa, en el mantenimiento o la construcción de estereotipos y referentes sexuales que pueden suponer un freno a los avances sobre la igualdad sexual o, por el contrario, estimular el cambio.

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA **Si!** SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

- La cesión del protagonismo: dejando el espacio y el tiempo, imagen y palabra suficientes a los protagonistas de la acción solidaria que se comunica y de la que se informa.
- El tacto informativo: cuidando con detalle el tratamiento informativo y comunicativo de aquellos colectivos vulnerables a quienes se dirigen las intervenciones e iniciativas solidarias.
- El afán de veracidad: mostrando la realidad tal cual es, sin mostrar escenas y situaciones escabrosas, pero sin maquillar la realidad de manera que parezca idílica o paradisiaca.
- La contextualización: mostrando no sólo los hechos que se quieren comunicar y en ocasiones denunciar, sino desentrañando las causas y su contexto político, económico, social, climatológico, etc. y mostrando también las posibles consecuencias en caso de no realizar la intervención en ese contexto.
- La excelencia profesional: poniendo todas las aptitudes, conocimientos y ética al servicio de la realidad que se muestra con especial responsabilidad ante el papel sensibilizador que se desempeña.
- La creatividad: para lograr transmitir al receptor la realidad susceptible de solidaridad que se plantea y las situaciones que viven esas personas: poniendo rostro a la información y ejemplificando tanto la necesidad como su remedio.

2. HISTORIA, MISIÓN, VISIÓN Y MODELO DE COOPERACIÓN

Solidaridad Internacional trabaja para que la justicia social sea un objetivo alcanzable, y para crear una sociedad intercultural e igualitaria, que impida la concentración de riqueza y poder. y que evite la privatización de los servicios públicos y los recursos comunales. La Educación para la Transformación Social, permite que cada ser humano adquiera los conocimientos, las competencias, las actitudes y los valores necesarios para forjar un futuro sostenible.

2.1. HISTORIA

En 1989 se funda Solidaridad Internacional Nazioarteko Elkartasuna, (Organización No Gubernamental de Desarrollo, declarada de Utilidad Pública) con la misión de apoyar y dar voz a las personas más empobrecidas de La Tierra, en el marco de la Carta Internacional de los Derechos Humanos. Durante estos años hemos sido el cauce para hacer llegar la solidaridad de la sociedad vasca a miles de personas que habitan en las regiones más desfavorecidas del mundo. Y hemos incidido en la concienciación en nuestro entorno sobre las causas de la pobreza y de las desigualdades, así como en la incidencia y movilización social para erradicarlas.

2.2. MISIÓN

Nuestra misión es la erradicación de la pobreza y las desigualdades, afrontando sus causas económicas, religiosas, culturales y medioambientales, así como la extensión de la libertad y la igualdad de derechos en el mundo. En coherencia, implementamos programas que contribuyen al desarrollo humano sostenible con el fin de que las personas empobrecidas de La Tierra tomen el control de su propia vida.

2.3. VISIÓN

Nuestra visión nace del valor de la fraternidad, y trabaja en lo local con visión internacional. El perfil de educación para la transformación social de Solidaridad Internacional tiene una visión que se corresponde con:

- Unas acciones que abordan, de manera transversal, los aspectos medioambientales tanto en lo micro como en lo macro
- Un perfil que garantiza la promoción y protección de los derechos humanos de las personas específicamente vulnerables.
- La equidad de género está integrada transversalmente en las intervenciones de Solidaridad Internacional en cualquiera de sus fases y ámbitos de actuación, y específicamente en su trabajo de educación social.
- Un trabajo en educación social que contribuye al análisis y comprensión de las causas que generan las crisis, a su visibilización y a su transformación.
- Vincular a las personas extranjeras que llegan a nuestro entorno con las líneas de actuación que Solidaridad Internacional. Implementa en sus países de procedencia, es una decisión que nuestra organización emprende a finales del siglo XX, cuando se pone en marcha un eje de codesarrollo, una acción relacionado con la inmigración y el desarrollo.

3. LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

Solidaridad Internacional es una organización caracterizada por la pluralidad, pero tiene entre sus fines la elaboración y difusión de un mensaje común consensuado en el ámbito de la solidaridad, la ciudadanía universal y la inclusión social. Los mensajes pueden incluirse en distintos formatos: noticias en redes sociales, comunicados de prensa, ponencias, entrevistas, notas de prensa, discursos, etc, pero se debe mantener una similitud y unidad de mensaje.

Independientemente del contenido de los mensajes, se debe transmitir una imagen de Solidaridad Internacional fundamentada en los siguientes aspectos: es un agente social de referencia en el ámbito de las iniciativas solidarias de cooperación internacional para el desarrollo, la educación para la transformación social y la inclusión social. Solidaridad Internacional es una entidad transparente, democrática y plural. Además, garantiza el buen uso de los fondos gestionados.

Los mensajes específicos incluirán referencias sobre la visión y modelo que Solidaridad Internacional tiene sobre la cooperación internacional para el desarrollo, la educación para la transformación social y la inclusión social.

El elemento nuclear de nuestro modelo y de nuestra visión es que la persona está en el centro de nuestras intervenciones. Los programas que ejecutamos deben adaptarse a las personas. Tenemos una visión integral de nuestras acciones gracias a la participación en la elaboración, ejecución y evaluación de nuestras iniciativas solidarias.

Trasladamos los mensajes tanto de manera directa como indirecta, a través de los medios de comunicación social.

Solidaridad Internacional busca lograr una participación activa, coordinada y conjunta en la comunicación, de sus iniciativas solidarias con las socias locales en base a los siguientes criterios:

3.1. PARTICIPACIÓN ACTIVA Y BIDIRECCIONAL EN LA COMUNICACIÓN

Solidaridad Internacional promueve la participación activa y bidireccional en la comunicación con los socios/as, destinatarios/as finales, voluntarios/as..., más allá de considerarlos como meros destinatarios de sus mensajes.

3.2. PROTAGONISTAS DE LA COMUNICACIÓN:

Las personas, las comunidades, los pueblos y las diversas organizaciones de la sociedad civil son las verdaderas protagonistas de la comunicación, así como, las personas voluntarias, socias o grupo de personas destinatarias finales.

Es importante que en las noticias de iniciativas solidarias, se identifique a la socia local que ejecuta, a Solidaridad Internacional y a la institución solidaria, pero ni las personas técnicas, ni Solidaridad Internacional, ni la socia local son protagonistas de nuestras noticias, ni de nuestra política de comunicación. Ponemos en el centro de nuestra política de comunicación las actividades llevadas a cabo por las personas y las comunidades, mostrando una imagen que proyecte absoluto respeto por la dignidad de las personas y comunidades que llevan a cabo las distintas actividades.

3.3. VALORES A TENER EN CUENTA EN LA COMUNICACIÓN

Las noticias de nuestras iniciativas solidarias deben transmitir valores de equidad de género, justicia, solidaridad, transformación social y lucha contra la pobreza. Es importante que las imágenes de nuestras noticias recojan la participación activa de las personas (mujeres y/o hombres).

3.4. CON VOZ PROPIA:

Es importante que las socias locales mantenga una voz propia en la comunicación tal como recogen algunos Códigos de Imágenes y Mensajes y Códigos de Conducta. Es muy importante conocer y aplicar las recomendaciones recogidas en los “Códigos de Imágenes y Mensajes” por las socias locales. E incorporar en sus estrategias de comunicación externa e interna los principios y criterios de los Códigos de Conducta.

- 3.5. **POLÍTICA CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEFINIDA:**
Definida la política con los medios de comunicación basada en la participación conjunta, la definición de criterios y la aplicación de herramientas de comunicación tanto en el país donde se ejecuta la iniciativa solidaria como donde se obtiene la financiación.
- 3.6. **COORDINACIÓN DE ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE NOTICIAS:**
Coordinación de iniciativas de gestión de la comunicación digital a través de las tecnologías para la información y comunicación (TIC) que permitan un mayor impacto y alcance de las iniciativas que se ejecutan con las socias locales.
- 3.7. **INFORMACIÓN OBJETIVA:**
Propiciar el conocimiento objetivo de las diferentes realidades sobre las que pretenden incidir.
- 3.8. **INTEGRAR A PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN:**
En aquellas iniciativas solidarias de cooperación de gran impacto se buscará integrar a los medios de comunicación social y a algún profesional en la difusión.

4. AMBITOS ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

Para afrontar los desafíos que conlleva culminar nuestra misión, hemos definido seis ámbitos estratégicos de comunicación para Solidaridad Internacional: Cooperación Internacional para el Desarrollo, Acción Humanitaria, Educación para la Transformación Social, Escuela para la Ciudadanía Universal, Centro de Recursos Africanistas y Voluntariado.

Estos seis ámbitos articulan los objetivos en comunicación que nos proponemos para el año 2020 y las estrategias de los ejes transversales de:

- Equidad de género y Derechos Humanos de las Mujeres.
- Derechos Humanos y Ciudadanía Universal.
- Defensa de los derechos de las personas LGTBI.
- Derechos de la Naturaleza.
- Medioambiente y Desarrollo Sostenible.
- Codesarrollo.

Para concluir en este Plan de Comunicación 2016-2020, además de las personas activistas y voluntarias, de las socias locales y los agentes estratégicos, también han participado significativamente mediante consultas, reflexiones y aportaciones las organizaciones que integran la Red 1948-2048 y de la Red Si, en las que Nazioarteko Elkartasuna Solidaridad Internacional participa.

En este sentido, desde las entidades que conforman la Red Si, organizaciones que han participado muy activamente en las distintas fases del proceso de elaboración del Plan de Comunicación, han solicitado a Nazioarteko Elkartasuna Solidaridad Internacional poder contar con el mismo como parte del proceso que puedan desarrollar en la elaboración de sus planes de comunicación en sus organizaciones.

También se planteó que Nazioarteko Elkartasuna Solidaridad Internacional posibilite compartir este documento estratégico con las organizaciones que participan en la Red Si, (Solidaridad Internacional País Valenciano, Solidaridad Internacional Galicia, Solidaridad Internacional Andalucía y Asociación Canaria de Solidaridad Internacional), en el supuesto que alguna de las organizaciones lo acuerde. Propuesta que desde Nazioarteko Elkartasuna Solidaridad Internacional se ha recogido positivamente.

5. VISIÓN INFORMATIVA Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

En cuanto a la visión informativa, Solidaridad Internacional combina dos de ellas, la visión contextual, que se basa en la explicación detallada de las causas de la situación de marginación, pobreza, o exclusión; y la visión proactiva, que se basa en la elaboración y presentación de propuestas e iniciativas para mejorar la calidad de vida de todas las personas en el mundo.

En Solidaridad Internacional hay tantas formas de comunicar como personas responsables de ejecutar. Posteriormente, hay una persona responsable en revisar las noticias publicadas en las páginas de facebook, twitter, youtube y en la web para homogenizar el estilo «solidaridad internacional» de las noticias, si fuera necesario.

Solidaridad Internacional ha definido su estilo comunicativo por una simbiosis de varios de los estilos existentes:

5.1. COMUNICACIÓN ORGANIZADA

Con carácter general la comunicación se basa en el estilo denominado comunicación organizada, que obedece a un plan de comunicación previamente establecido, cuenta con herramientas predeterminadas y con una imagen corporativa previamente definida.

5.2. COMUNICACIÓN IMPROVISADA

En cualquier caso, y al tratarse de distintos ejes de acción y distintos países con variaciones coyunturales importantes, se tiene presente la llamada comunicación improvisada, que obedece a coyunturas específicas en las que la entidad adapta su comunicación a una fuerte demanda externa, o a momentos de una intensa actividad comunicativa.

5.3. COMUNICACIÓN EXTERNA

En la comunicación externa el estilo es el de comunicación vertical, (la persona responsable de la iniciativa o actividad, comunica y decide las estrategias, los mensajes, y ejecutan las acciones comunicativas en línea con la política de comunicación de la organización).

5.4. COMUNICACIÓN INTERNA

En la comunicación interna el estilo es el de comunicación horizontal, (implica a muchas personas: diferentes personas del comité directivo, de la plantilla técnica, activistas y personas voluntarias, entidades colaboradoras y asociadas, etc.).

5.5. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

En el ámbito de las relaciones institucionales, Solidaridad Internacional mantiene la filosofía de la complementariedad, y en este sentido el estilo de comunicación utilizado es la comunicación institucional, que se basa en la transmisión de una organización seria que busca la colaboración con las instituciones).

5.6. COMUNICACIÓN COOPERATIVA

Teniendo en cuenta tanto a las ONG como a las instituciones que trabajan en los ejes de acción en los que Solidaridad Internacional trabaja, se utiliza la comunicación cooperativa.

6. EJES DE COMUNICACIÓN: OBJETIVOS, METAS E INDICADORES

Pretendemos la erradicación de la pobreza, afrontando sus causas económicas, religiosas, culturales y medioambientales, así como la extensión de la libertad y la igualdad de derechos en el mundo. En coherencia, implementamos programas que contribuyen al desarrollo humano sostenible con el fin de que las personas empobrecidas de La Tierra tomen el control de su propia vida.

Trabajamos en: equidad de género; extensión y defensa de los derechos humanos y la ciudadanía universal, trabajamos específicamente una línea de cooperación internacional en derechos de las personas LGTBI; medioambiente y desarrollo sostenible; derechos de la naturaleza; acción humanitaria; educación para la transformación social; Centro de Recursos Africanistas; codesarrollo; voluntariado.

En concordancia con el plan estratégico institucional y con el marco teórico y estratégico expuesto hasta el momento, Solidaridad Internacional desarrolla su comunicación en los ejes que se describen a continuación:

6.1. COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

Solidaridad Internacional es una organización sin ánimo de lucro independiente, que fomenta la fraternidad en el mundo, y se sustenta en los valores de la libertad, la justicia el laicismo y la ciudadanía universal.

Trabajamos en regiones muy desfavorecidas que sólo cuentan con el apoyo de solidaridad. E implementamos un desarrollo social y colectivo en nuestras líneas de actuación, valorizando al medio ambiente y la vida animal como recurso de desarrollo humano sostenible.

Objetivo Estratégico 1
Difundir las iniciativas de cooperación internacional para el desarrollo
<p>Meta Operativa 1.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa solidaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.</p> <p>I.M.E.1.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa solidaria de cooperación internacional, se habrá subido una noticia a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cavo la iniciativa solidaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.</p> <p>Meta operativa 1.2 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado. Que recoja una descripción de la actividad abreviada, además de país y área donde se lleva a cabo la actividad. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.</p> <p>I.M.E.1.2.1 En los quince días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cavo la actividad relevante, breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.</p>

Meta Operativa 1.3.

Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia, en redes sociales, por cada uno de los resultados de la iniciativa solidaria. Que recoja una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y posteriormente subir el video como noticia a facebook y a twitter.

I.M.E.1.3.1 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 75.000.-euros, debe contar con una microsite. Que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión incorporar en la microsite un video de la iniciativa.

Meta Operativa 1.4.

Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 450.000.-euros, debe lograr contar con una noticia publicada, en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión la noticia, está será publicada en Facebook y en YouTube de Solidaridad Internacional.

I.M.E.1.4.1 Publicada en medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa solidaria cuyo presupuesto supere los 450.000.-euros.

6.2. ACCIÓN HUMANITARIA

Nuestras acciones humanitarias tienen en su centro a las personas Y fortalecen las capacidades locales de resiliencia, prevención y respuesta en la gestión de riesgos

Objetivo Estratégico 2

Difundir las iniciativas de acción humanitaria

Meta operativa 2.1

Cada iniciativa humanitaria en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa humanitaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.

I.M.E.2.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa humanitaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

Meta operativa 2.2

Cada iniciativa humanitaria, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado. Que recoja una descripción de la actividad abreviada, además de país y área donde se lleva a cabo la actividad. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.

I.M.E.2.2.1 En los quince días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de

facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

Meta Operativa 2.3.

Cada iniciativa humanitaria, debe contar con una noticia, en redes sociales, por cada uno de los resultados. Que recoja una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y posteriormente subir el video como noticia a facebook y a twitter.

I.M.E.2.3.1 Cada iniciativa humanitaria que supere los 75.000.-euros, debe contar con una microsite. Que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión incorporar en la microsite un video de la iniciativa.

Meta Operativa 2.4.

Cada iniciativa humanitaria que supere los 450.000.-euros, debe lograr contar con una noticia publicada, en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión la noticia, está será publicada en Facebook y en YouTube de Solidaridad Internacional.

I.M.E.2.4.1 Publicada en medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa humanitaria cuyo presupuesto supere los 450.000.-euros.

6.3. EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Solidaridad Internacional impulsa la educación inclusiva e intercultural, la coeducación, la igualdad, la libertad, la fraternidad, la ciudadanía universal y el desarrollo sostenible:

Objetivo Estratégico 3
Difundir las iniciativas de educación para la transformación social
<p>Meta operativa 3.1</p> <p>Cada iniciativa de educación para la transformación social en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.</p> <p>I.M.E.3.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.</p> <p>Meta operativa 3.2</p> <p>Cada iniciativa de educación para la transformación social, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades.</p> <p>I.M.E.3.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.</p>

6.4. ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL.

La Escuela de Ciudadanía Universal de Solidaridad Internacional tiene dos líneas formativas:

- Una línea en «DERECHOS HUMANOS», que organiza acciones formativas, presenciales y virtuales.
- La otra línea de intervención está orientada, específicamente, a población extranjera. Se trata de la línea en «COMPETENCIAS CLAVE» que desarrolla los conocimientos, las capacidades y aptitudes que la Unión Europea considera básicas para la inclusión social, la ciudadanía activa y la empleabilidad de una persona en el entorno en el que vive.

Objetivo Estratégico 4
Difundir las iniciativas de la Escuela de Ciudadanía Universal
Meta operativa 4.1 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos. I.M.E.4.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.
Meta operativa 4.2 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades. I.M.E.4.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.

6.5. CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS (CREA ÁFRICA)

Es un espacio innovador de experiencia social intercultural para el empoderamiento de las personas que en él participan y para la construcción de la Ciudadanía Universal. Con la implicación de población inmigrante de origen africano y población autóctona con diversidad de perfiles, el Centro de Recursos Africanistas impulsa:

- Formación en Voluntariado.
- El intercambio de conocimientos.
- La investigación, la reflexión y los debates sobre África.

El CREA ÁFRICA cuenta con varios programas:

- Crea Deporte para la inclusión social.
- Crea Mujeres para la igualdad.
- Crea Arte.
- Crea Música.

Objetivo Estratégico 5
Difundir las iniciativas del Centro de Recursos Africanistas
<p>Meta operativa 5.1</p> <p>Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.</p> <p>I.M.E.5.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.</p> <p>Meta operativa 5.2</p> <p>Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades.</p> <p>I.M.E.5.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.</p>

6.6. VOLUNTARIADO INTERCULTURAL Y ACTIVISMO SOCIAL

Para que pueda Solidaridad Internacional avanzar en su misión, necesita personas activas con quienes hacerse presente junto a las personas que padecen la injusticia de la pobreza y las desigualdades.

Este eje de acción conforma un espacio fraternal, intercultural e intergeneracional desde el cual apoyamos a personas vulnerables de muchas regiones del mundo, también a personas que viven con nosotros y necesitan ayuda. Las personas voluntarias colaboran activamente se enriquecen y viven una satisfactoria y reconfortante experiencia.

Objetivo Estratégico 5
Difundir las iniciativas del voluntariado
<p>Meta operativa 6.1</p> <p>Cada iniciativa del voluntariado debe contar con una noticia que recoja de manera abreviada un texto donde se describa la misma y tres fotos.</p> <p>I.M.E.6.1.1 Por cada iniciativa del voluntariado se elaborará una noticia con tres fotos, y se subirá a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.</p>

7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

A partir de lo expuesto hasta el momento se definen a continuación las estrategias en las que se basa nuestra intervención en materia de comunicación:

7.1. LA COMUNICACIÓN EN EL CENTRO DE LA EJECUCIÓN.

Termina la ejecución, cuando hay comunicación. Las personas responsables de la ejecución son responsables de contar la tarea o actividad, mediante noticias en el canal de Facebook, Twitter, YouTube y de elaborar la ficha web.

7.2. LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE NUESTRA COMUNICACIÓN

La persona está en el centro de nuestras intervenciones. El fin de nuestras iniciativas es lograr mejorar la vida de las personas. En este sentido, nuestra comunicación focaliza la mejora de vida de las personas.

7.3. LA COMUNICACIÓN EN EL CENTRO DE LA COLABORACIÓN CON LAS SOCIAS.

Colaborar con nuestras socias locales en poner la comunicación en el centro de la ejecución. Una comunicación de las noticias en donde se visibilice la colaboración y donde se informa de quien es nuestra socia y de sus funciones (ejecutar). También informaremos de la institución solidaria que apoya el proyecto.

Se priorizará subir, directamente, la noticia a nuestras páginas en redes sociales, fundamentalmente porque:

- Si se comparte la noticia, se comparte nuestra página, no es así si compartimos la noticia de la página de nuestra socia. No se comparte ni nuestra página, ni nuestra noticia.
- Nuestra socia local, la mayoría de las veces no hace mención con la necesaria claridad que el proyecto es de Solidaridad Internacional (evitaremos NESI, u otras denominaciones que devalúan nuestra marca).
- Es importante que la noticia arranque con ...(Ejemplo: Solola, Guatemala...) porque nos facilita la búsqueda en página de las noticias relacionadas con la intervención en una zona y la propia página (en Herramientas de publicación, nos facilita la búsqueda de noticias)

7.4. LA COMUNICACIÓN COMO MOTOR DE LA COLABORACIÓN EN RED.

La colaboración y coordinación en la comunicación de las distintas actividades de las iniciativas mejora los puentes entre organizaciones, estrecha vínculos y posibilita un futuro de trabajo compartido más ambicioso. Mejora la comunicación interna entre entidades, fortaleciendo el trabajo en RED.

7.5. LA COMUNICACIÓN COORDINADA EN REDES SOCIALES.

Buscar la interacción con las entidades sociales en redes sociales. La comunicación coordinada en redes sociales, visibiliza la experiencia de trabajo compartido.

7.6. LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Buscar la interacción desde las entidades sociales con los medios de comunicación profesionales locales para multiplicar la visibilidad.

8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación es necesaria para avanzar en nuestra misión y para una necesaria difusión de las actividades realizadas. Una comunicación efectiva requiere de herramientas y planeación.

8.1. PAGINA WEB

- Página web institucional de Solidaridad Internacional. Cada iniciativa solidaria se trasladará a web mediante la confección de una ficha por proyecto.

8.2. FACEBOOK Y TWITTER DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL:

- Páginas que difunden noticias estrictamente vinculadas a las distintas actividades e iniciativas solidarias de Solidaridad Internacional en:
 - Cooperación Internacional para el Desarrollo
 - Educación para la Transformación Social
 - Acción Humanitaria

8.3. FACEBOOK DE ELEANOR CAMPOAMOR

- Página que difunden noticias relacionadas con los derechos humanos de las mujeres y la equidad de género, y el activismo en derechos humanos de las mujeres y equidad de género en todo el mundo, especialmente noticias de las sociedades donde trabajamos.

8.4. FACEBOOK DE ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL

- Página que difunden noticias estrictamente vinculadas a las distintas actividades e iniciativas solidarias de la Escuela de Ciudadanía Universal de Solidaridad Internacional:
 - Competencias Clave para la inclusión social.
 - Derechos Humanos
 - Interculturalidad
 - Coeducación
 - «Tolerancia 0» con las violencias machistas
 - Resolución de conflictos

8.5. FACEBOOK DE SI ACTIVISTA INTERNACIONAL

- Página que difunden noticias relacionadas con las personas activistas en derechos humanos, y el activismo en derechos humanos en todo el mundo, especialmente en las sociedades donde trabajamos.
- Página que difunden noticias relacionadas con los derechos civiles y políticos de las sociedades donde trabajamos.

8.6. FACEBOOK DE 1948-2048:

- Página que difunden noticias relacionadas con los Derechos Humanos en todo el mundo, especialmente en las sociedades donde trabajamos.
- Página que difunden noticias relacionadas con Derechos Humanos de las sociedades donde trabajamos.

8.7. FACEBOOK Y TWITTER DE CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS

- Página que difunden noticias positivas de África y noticias de los centros de afrodescendientes de todo el mundo, especialmente las noticias de afrodescendientes de las sociedades donde trabajamos.
- Página que difunden noticias de los grupos del Centro de Recursos Africanistas:
 - Programa CREA MUJERES

- - Programa CREA MÚSICA
- - Programa CREA DEPORTE
- - Programa CREA ARTE

8.8. YOUTUBE DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

- Canal de videos que difunden las iniciativas solidarias en las distintas «Listas de distribución»

9. REDES Y COMUNICACIÓN

La participación en redes y la reflexión compartida con otras entidades constituye una valiosa vía para fortalecer el trabajo, potenciar el impacto y mejorar la eficacia, la incidencia y la comunicación de Solidaridad Internacional.

- 9.1. RED GLOBAL 1948-2048. Plataforma internacional de organizaciones sociales en favor de la Ciudadanía Universal y del cumplimiento, íntegro y en todo el mundo antes del 2048, de la Declaración Universal de Derechos Humanos.
- 9.2. RED GLOBAL SI. Red de asociaciones de Solidaridad internacional de Andalucía; País Valenciano; Galicia; Canarias y Euskadi: cooperación internacional; EpT; Derechos Humanos y Ciudadanía Universal ; interculturalidad; inmigración.
- 9.3. RED GLOBAL SOLIDAR. Red europea de ONG involucradas en actividades de cooperación al desarrollo; ayuda humanitaria; y educación para el desarrollo en pro de la justicia social en el Europa y en el mundo. A su vez, Solidar es miembro de la «Confederación Europea de Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo de Emergencia y Desarrollo»-«CONCORD», (por sus siglas en inglés) plataforma social que representa a más de 1.800 organizaciones agrupadas para coordinar análisis y debate e incidir ante las instituciones europeas en materia de cooperación internacional.
- 9.4. RED GLOBAL ALIANZA GLOBAL POR LOS DERECHOS DE LA NATURALEZA. Plataforma que tiene como objetivo incentivar el reconocimiento y la implementación efectiva de los Derechos de la Naturaleza a través de la creación de una red mundial de personas y organizaciones que, a través de la cooperación activa, la acción colectiva y las herramientas legales puede cambiar la dirección a la que la humanidad está dirigiendo al planeta.
- 9.5. RED GLOBAL GNDR - Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la reducción de desastres (Global Network of civil society For Disaster Reduction) La Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la Reducción de Desastres es la mayor red internacional de organizaciones comprometidas a colaborar juntas para mejorar las vidas de las personas afectadas por desastres en todo el mundo.
- 9.6. RED GLOBAL DE ONGD DE EUSKADI. Coordinadora de Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo de Euskadi.
- 9.7. RED VASCA HARRESIAK. Coordinadora vasca de apoyo a inmigrantes, constituida en 1997 con el objetivo de «abrir caminos para un mejor tratamiento del fenómeno de la inmigración en nuestros pueblos y en nuestro tiempo».
- 9.8. RED VASCA EZETZ. Red Vasca Contra las Violencias Machistas. Red promovida por el Módulo Auzolan, pretende propiciar en las entidades sociales miembro procesos de reflexión sobre la violencia machista y sus consecuencias que den lugar a acciones concretas en cada entidad.
- 9.9. RED VIZCAINA TARTEKARI SAREA. Red de agentes de apoyo social a víctimas de la violencia de género, promovida por la Diputación de Bizkaia.
- 9.10. RED VASCA PRO-ÁFRICA- AFRIKAREN ALDE. Consorcio formado por veinte Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo del País Vasco que trabajan en África y comparten interés por los problemas específicos de este continente, y por buscar sinergias para afrontarlos.

10. OBJETIVO ESTRATÉGICO, METAS, INDICADORES Y RESPONSABLE

OE1: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE COOPERACIÓN INTER. DESARROLLO			
Meta operativa	Indicador/es	Responsable	
1.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa solidaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	1.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa solidaria de cooperación internacional, se habrá subido una noticia a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa solidaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	Responsable país	
1.2. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado. Que recoja una descripción de la actividad abreviada, además de país y área donde se lleva a cabo la actividad. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	1.2.1. En los quince días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	Responsable país	
1.3 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia, en redes sociales, por cada uno de los resultados de la iniciativa solidaria. Que recoja una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y posteriormente subir el video como noticia a facebook y a twitter.	1.3.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 75.000.-euros, debe contar con una microsite. Que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión incorporar en la microsite un video de la iniciativa.	Responsable país	
1.4 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 450.000.-euros, debe lograr contar con una noticia publicada, como mínimo, en un medio de comunicación local, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión la noticia, está será publicada en Facebook y en YouTube de Solidaridad Internacional.	1.4.1. Publicada en medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa solidaria cuyo presupuesto supere los 450.000.-euros.	Responsable país	

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA **Si!** SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

OE2: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE ACCIÓN HUMANITARIA		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
2.1. Cada iniciativa humanitaria en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa humanitaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	2.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa humanitaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	Responsable país
2.2. Cada iniciativa humanitaria, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado. Que recoja una descripción de la actividad abreviada, además de país y área donde se lleva a cabo la actividad. Es necesario tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	2.2.1. En los quince días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	Responsable país
2.3. Cada iniciativa humanitaria, debe contar con una noticia, en redes sociales, por cada uno de los resultados. Que recoja una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y posteriormente subir el video como noticia a facebook y a twitter.	2.3.1. Cada iniciativa humanitaria que supere los 75.000.-euros, debe contar con una microsite. Que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además de país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión incorporar en la microsite un video de la iniciativa.	Responsable país
2.4. Cada iniciativa humanitaria que supere los 450.000.-euros, debe lograr contar con una noticia publicada, en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión la noticia, está será publicada en Facebook y en YouTube de Solidaridad Internacional.	2.4.1. Publicada en medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa humanitaria cuyo presupuesto supere los 450.000.-euros.	Responsable país

OE3: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
3.1. Cada iniciativa de educación para la transformación social en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.	3.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	Responsable EpT
3.2. Cada iniciativa de educación para la transformación social, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades de las iniciativas.	3.2.1. En los tres días posteriores a la realización de una actividad de educación para la transformación social , se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.	Responsable EpT

OE4: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE LA ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
4.1 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.	4.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	Responsable Escuela Ciudadanía Universal
4.2. Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades de las iniciativas.	4.1.2. En los tres días posteriores a la realización de una actividad de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.	Responsable Escuela Ciudadanía Universal

OE5: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DEL CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS			
Meta operativa	Indicador/es	Responsable	
4.2 Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.	4.1.3. En el trimestre posterior a la aprobación del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	Responsable Centro Recursos Africanistas	
4.3. Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, debe contar con una noticia, con tres fotos, por cada una de las actividades de las iniciativas.	4.1.4. En los tres días posteriores a la realización de una actividad del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.	Responsable Centro Recursos Africanistas	

OE5: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DEL VOLUNTARIADO			
Meta operativa	Indicador/es	Responsable	
4.3 Cada iniciativa del voluntariado debe contar con una noticia que recoja de manera abreviada un texto donde se describa la misma y tres fotos.	4.1.5. Por cada iniciativa del voluntariado se elaborará una noticia con tres fotos, y se subirá a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional.	Responsable Actividad Voluntariado	

11. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

Parte esencial de este Plan de Comunicación es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos específicos y de las acciones prioritarias contenidas en este Plan, en concreto, así como la evaluación de su implementación mediante la cumplimentación de una serie de indicadores que midan los resultados.

La evaluación de este Plan de Comunicación, es parte de la evaluación estratégica institucional de Solidaridad Internacional.

Nuestro sistema de evaluación estratégica institucional ofrece a la organización la posibilidad de aprender de su experiencia, tomar decisiones adecuadas y rendir cuentas; los resultados del proceso de seguimiento se registran en informes:

- **De avance**, en el que se reportan los logros frente a los objetivos marcados por nuestra misión, a las actividades y a las metas del plan estratégico institucional. Este informe es gran utilidad para la directiva, la dirección y para las personas coordinadoras de la Solidaridad Internacional, permite identificar las fortalezas y debilidades de la gestión y emprender un plan de mejora.
- **Técnicos**, contempla la sistematización de las experiencias desarrolladas, los aprendizajes adquiridos y las metodologías validadas. Estos informes corresponden a cada proyecto y ofrece la posibilidad de conocer en detalle los procesos en desarrollo bajo la responsabilidad de Solidaridad Internacional.
- **Finales**, en el que se reportan los resultados globales de un proyecto o programa con el propósito de rendir cuentas.

11.1 SISTEMA DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO PLAN DE COMUNICACIÓN

El seguimiento se efectuará de forma continua a lo largo de la implantación del Plan y nos va a permitir "medir" en tiempo real la evolución y el desarrollo de las estrategias; pudiendo corregir y subsanar posibles carencias en su implantación aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.

El proceso de evaluación es un ejercicio continuo y paralelo a la gestión de las iniciativas que desarrolla Solidaridad Internacional, y por esta razón hace parte integral del ejercicio de planeación estratégica. Los indicadores y las metas propuestas son las señales que permiten a lo largo de la gestión identificar los ajustes a realizar para garantizar la viabilidad y el logro de los objetivos.

Se realizará una primera evaluación en el 2018. Las personas responsables, elaboraran una evaluación de su ámbito que refleje tanto el seguimiento y el grado de cumplimiento, en el periodo establecido, de los objetivos estratégicos, las metas y los indicadores. La Dirección coordinará la evaluación y la Presidencia la presentará a la Directiva, ésta recogerá la información conjunta.

Este proceso nos va a permitir medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo las metas. Con la evaluación del año 2018 pretendemos hacer un "corte" que compare el objetivo planteado con la realidad. Además, de ser una información valiosa para corregir y documentar la evaluación final en el 2021. El sistema de evaluación y seguimiento de Solidaridad Internacional tiene como referentes los siguientes documentos:

- Solidaridad Internacional. Plan Estratégico de Educación para la Transformación Social 2016-2020 (objetivos, actividades, indicadores, metas)
- Socias Locales. Plan Estratégico (objetivos, actividades, indicadores, metas).
- Normativa de las instituciones solidarias que afecten a las iniciativas aprobadas con respecto a la comunicación

Otras herramientas para apoyar la evaluación de Solidaridad Internacional son:

- Las fichas de proyectos y programas (cobertura geográfica, población sujeto, fuentes de financiación, instituciones solidarias, socia local, agentes estratégicos, resultados y actividades, tiempos y recursos)
- Las líneas de base, diagnósticos, informes y demás instrumentos utilizados para el levantamiento de datos, informes.

11.2 RESPONSABLES DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Las personas de que depende la gestión del sistema de monitoreo y evaluación al Plan de Comunicación 2016 - 2020 de Solidaridad Internacional son las personas coordinadoras de cada uno de los países.

El sistema de seguimiento y evaluación para el Plan estratégico de Solidaridad Internacional contempla fuentes primarias y secundarias. Entre las primarias están las socias locales, quienes ejecutan directamente las iniciativas solidarias, y fundamentalmente sus plantillas técnicas. Dentro de las fuentes secundarias se contemplan indicadores estadísticos, documentos de experiencias, metodologías y planes de Solidaridad Internacional.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE METAS	RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN DE INICIATIVAS Y ACTIVIDADES
<p style="text-align: center;">DIRECTIVA - DIRECCIÓN - PERSONA COMUNICACIÓN BILBAO</p>	<p style="text-align: center;">PERSONA RESPONSABLE DE COOPERACIÓN Y ACCIÓN HUMANITARIA POR PAÍS</p>
	<p style="text-align: center;">PERSONA RESPONSABLE EDUCACIÓN PARA TRANSFORMACIÓN SOCIAL</p>
	<p style="text-align: center;">PERSONA RESPONSABLE ESCUELA CIUDADANÍA UNIVERSAL</p>
	<p style="text-align: center;">PERSONA RESPONSABLE CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS</p>
	<p style="text-align: center;">PERSONA RESPONSABLE ACTIVIDAD/ES DEL VOLUNTARIADO</p>

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA **Si!** SOLIDARIDAD INTERNACIONAL