

## Plan de comunicación y visibilidad

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES DEL  
INSTITUTO FINLAY DE VACUNAS (IFV) CON  
ENERGIA RENOVABLE EN EL ENFRENTAMIENTO  
A LA PANDEMIA DE LA COVID-19.

<b>ÍNDICE</b>	<b>Pág.</b>
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Objeto	2
2. OBJETIVOS DEL PLAN	2
3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	2
3.1. Principales aspectos a difundir en el marco del proyecto	3
3.2. Grupos destinatarios	3
3.3. Mensajes, canales de comunicación	4
4. PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN	4
5. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN. INDICADORES	8

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Objeto

El presente plan de comunicación pretende ser una guía estratégica que marque las líneas generales de comunicación del proyecto “Fortalecimiento de capacidades del Instituto Finlay de Vacunas (IFV) con energía renovable en el enfrentamiento a la pandemia de la covid-19”.

El Plan está diseñado desde un concepto de flexibilidad, actualización permanente y coordinación con el Comité Coordinador del proyecto. El mismo se ajusta al objetivo general del proyecto “Contribuir a la mejoría de la salud en la lucha contra el Covid-19 apoyando el desarrollo de vacunas” y objetivo específico “Mejorar con fuentes renovables de energía la sostenibilidad del IFV”.

La comunicación será transversal a todas las líneas de acción, buscando evidenciar los avances y momentos claves del proyecto, generando canales, productos y actividades que brinden acceso a la información de ejecución del mismo.

## 2. OBJETIVOS DEL PLAN

**Objetivo General:** General procesos de comunicación que impulsen el posicionamiento, difusión de las actividades, avances del proyecto y sus resultados.

### Objetivos específicos

- Fortalecer el flujo de la información entre los socios del proyecto y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones participantes y los grupos de interés.
- Difundir y dar visibilidad a “FREVac”. Elaborar campaña de comunicación
- Diseñar un mensaje común, claro, directo y simple para la comunicación del proyecto.
- Contribuir a la sensibilización de las personas respecto a las temáticas del proyecto.
- Difundir materiales de referencia, generar contenidos y conocimientos sobre la responsabilidad medioambiental y el uso de energías renovables.
- Visibilizar la cooperación de las agencias españolas financiadoras AECID y AACID y la ONG SODEPAZ.

## 3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación hace referencia a la manera en que se deben llevar a cabo las acciones de divulgación concebidas en el presente Plan y como consecuencia del

mismo. Abarca todo el ciclo de ejecución del proyecto, donde las líneas divulgativas a implementar estarán íntimamente ligadas a las acciones del proyecto.

### **3.1. Principales aspectos a difundir en el marco del proyecto**

- Comportamiento de los indicadores de objetivos y resultados del proyecto FREVAC.
- Protección de la salud de la población apoyando el desarrollo de vacunas. Aportes del IFV.
- Resiliencia, sostenibilidad y lucha contra el cambio climático
- Eficiencia energética y el uso de fuentes renovables de energía
- Enfoque de salud y medio ambiente
- Participación de las mujeres en los diferentes procesos asociados a las temáticas.
- En todos los materiales de comunicación del proyecto se dará visibilidad al apoyo financiero de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). Utilización de la identidad visual.

### **3.2. Grupos destinatarios**

#### **Internos**

- Instituciones participantes directas en el proyecto (SODePAZ, Cubasolar, IFV-beneficiario) y las personas representantes de las mismas (Comité Coordinador del Proyecto).

#### **Externos**

- Expertos y especialistas del sector público, profesional, científico y de investigación relacionados con la industria farmacéutica, la energía, el medio ambiente y la gestión de políticas públicas nacional e internacional.
- Decisores: Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (Citma), Ministerio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera (Mincex), Ministerio de Energías y Minas (Minem), Ministerio de Salud Pública (Minsap), Órganos de Gobierno de la provincia de La Habana y municipio Playa.
- Organizaciones de la sociedad civil
- Sector privado relacionado con los temas
- Público en general
- Medios de comunicación

### **3.3. Mensajes, canales de comunicación**

Los mensajes difundidos en el marco del Plan tienen que ser claros, concisos, directos y relacionados con las temáticas, acciones y objetivos del proyecto. Por su contenido se ponderan los mensajes informativos, educativos y de responsabilidad social.

Para elaborar el mensaje, se parte de la importancia de contextualizar el proyecto de manera que dicho mensaje cobre mayor relevancia, notoriedad y efectividad. En cualquier caso, se tratará de mensajes que integren el grupo de ideas del proyecto FREVAC.

Se establecerá una estrecha coordinación del equipo coordinador para lograr la máxima repercusión de las actividades de comunicación y para coordinar mensajes, actividades y actos relacionados con el proyecto.

Se considera a los efectos del Plan lo siguiente:

**Comunicación interna:** Incluye la difusión de la información oficial del proyecto y documentos internos generales (actas, acuerdos, programas de trabajo) por medio de correo electrónico, teléfono, video llamadas, reuniones virtuales, otros.

**Comunicación externa:** Facilita la colaboración y cooperación con los públicos interesados. Se establecerán como canales oficiales y fuentes primarias los Sitios web y Plataformas Digitales de las instituciones participantes y en particular la página web del proyecto. Para reforzar la difusión de acontecimientos, eventos o noticias de interés se preparará información específica (notas de prensa, noticias, artículos informativos, fotografías, entrevistas con expertos),

## **4- PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

Las siguientes actividades se llevarán a cabo durante el periodo de ejecución de FREVAC. Téngase en cuenta que no se trata de una lista cerrada, sino indicativa.

- Elaborar e implementar plan de acciones de comunicación.
- Seguimiento y monitoreo del Plan
- Campaña de comunicación
- Diseño del logo y manual del proyecto
- Diseño e impresión de cartel indicativo central y afiches con mensajes informativos, educativos y de responsabilidad social asociados al uso de energías renovables y eficiencia energética en la producción de vacunas y cuidado del medio ambiente.
- Diseño e impresión de pegatinas
- Página web del proyecto.

- Elaborar y publicar en página web del proyecto tres presentaciones en Power Point de carácter formativo y divulgativo centradas en temáticas del proyecto. Los documentos cuentan con recursos bibliográficos que permiten profundizar en la temática.
- Realizar dos pequeños audiovisuales con entrevista a expertos en las temáticas abordadas. Publicación en redes.
- Realizar dos talleres de capacitación: Un taller sobre operación de sistemas fotovoltaicos de conexión a red y tecnologías de fuentes renovables de energía y otro sobre cultura energética y medioambiental.
- Un webinar sobre temáticas del proyecto
- Artículos y notas de prensa relacionados con las actuaciones emprendidas por el proyecto.
- Reportaje radial y/o televisivo sobre las intervenciones del proyecto
- Publicación de mensajes sobre el proyecto en redes sociales, Facebook, Twitter (X), Instagram
- Elaborar y publicar dos artículos en la revista Energía y tú de Cubasolar
- Realizar actividad informativa y de intercambio con escuela de la comunidad aledaña donde radica el IFV. Entrega de materiales.
- Concurso de dibujo infantil sobre fuentes renovables de energía y medio ambiente con hijos de los trabajadores del IFV.

## Plan de acciones de comunicación FREVAC. Cronograma

No.	Acciones	Objetivo	Destinatarios	Responsable	Fecha
1	Elaborar e implementar plan de acciones de comunicación.	Planificación de actividades	Destinatarios internos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	II semestre/2023
2	Seguimiento y monitoreo del Plan	Control de actividades	Destinatarios internos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	Mensual
3	Campaña de comunicación	Divulgación y sensibilización. Véase Documento explicativo para la aplicación de la campaña.	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	Sept./2023- mayo/2024
4	Diseño del logo y manual del proyecto	Divulgación y visibilidad del proyecto, de las instituciones participantes y agencias financiadoras.	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	II trimestre/2023
5	Diseño e impresión de cartel indicativo central y afiches	Visibilizar el proyecto.	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	II trimestre/2023
6	Diseño e impresión de pegatinas	Visibilizar colaboración de las agencias financieras.	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	II trimestre/2023
7	Página web del proyecto	Difusión de FREVAC. Desde este sitio se puede acceder a toda la información disponible en la red acerca del proyecto. La página se encuentra ubicada en el sitio de Cubasolar ( <a href="http://www.cubasolar.cu/ifv">http://www.cubasolar.cu/ifv</a> )	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto(CC)	Dic/2023- Mayo/2024
8	Elaborar y publicar en página web del proyecto tres presentaciones en Power Point de carácter formativo y divulgativo centradas en temáticas del proyecto	Contribuir a la formación y divulgación sobre las temáticas del proyecto. Bibliografías	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	Enero- mayo/2024
9	Realizar dos pequeños audiovisuales con entrevista a expertos en las temáticas abordadas. Publicación en redes.	Divulgación y sensibilización en materia de fuentes renovables de energía y eficiencia energética incorporadas a la investigación y producción de vacunas y medicamentos para mejorar la salud	Destinatarios externos	Grupo Comunicación IFV en coordinación con CC	Enero/2024 Mayo/2024

10	Realizar dos talleres de capacitación	Formación de personal, sensibilización, intercambio de buenas prácticas.	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	Enero/2024 Abril/2024
11	Webinar sobre temáticas del proyecto	Intercambio de buenas prácticas	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	Abril/2024
12	Artículos y notas de prensa relacionados con las actuaciones emprendidas por el proyecto.	Divulgación del proyecto	Destinatarios externos	Grupo Comunicación IFV en coordinación con CC	Enero- mayo/2024
13	Reportaje radial y/o televisivo sobre las intervenciones del proyecto	Divulgación del proyecto. Sensibilización	Destinatarios externos	Grupo Comunicación IFV en coordinación con CC	Marzo/2024
14	Publicación de mensajes sobre el proyecto en redes sociales	Divulgación del proyecto (Redes sociales IFV, Cubasolar, Sodepaz)	Destinatarios externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	Permanente
15	Publicación de dos artículos en la revista Energía y tú de Cubasolar	Divulgación del proyecto. Sensibilización	Destinatarios externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	III trimestre/2023, II trimestre/2024
16	Realizar actividad informativa y de intercambio con escuela de la comunidad donde radica el IFV. Entrega de materiales bibliográficos	Sensibilización en la comunidad	Destinatarios externos	Grupo Comunicación IFV en coordinación con CC	Enero- Febrero/2024
17	Concurso de dibujo infantil sobre fuentes renovables de energía y medio ambiente con hijos de los trabajadores del IFV.	Sensibilización en la comunidad	Destinatarios externos	Grupo Comunicación IFV en coordinación con CC	Enero- Febrero/2024
18	Evaluación del plan	Medición de indicadores	Destinatarios internos y externos	Comité Coordinador del proyecto (CC)	Junio/2024

## 5- SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN. INDICADORES

Con la finalidad de realizar un seguimiento y evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos se han identificado los siguientes indicadores:

- Plan de acciones de comunicación elaborado y consensuado con las instituciones participantes en el proyecto. /Actualización de acciones. Actas del Comité.
- Seguimiento y monitoreo del Plan de acciones en las reuniones del Comité Coordinador del proyecto/ Retroalimentación y medidas correctivas. Actas del Comité.
- Documento de campaña/Acciones instrumentadas y realizadas.
- Cantidad de carteles, pegatinas, y otros materiales de comunicación elaborados, publicados y distribuidos/ Entre qué segmentos. Se visibilizan agencias financistas, objetivos, acciones y resultados del proyecto, temáticas asociadas.
- Artículos publicados en la revista Energía y tú/ Se visibilizan agencias financistas, objetivos, acciones y resultados del proyecto, temáticas asociadas.
- Plataformas web creadas/ Número de visitas, menciones en otras plataformas. Se visibilizan agencias financistas, objetivos, acciones y resultados del proyecto, temáticas asociadas.
- Acciones comunitarias/ Cantidad de acciones realizadas.
- Divulgación en redes sociales/cantidad de publicaciones realizadas. Se visibilizan agencias financistas, objetivos, acciones y resultados del proyecto, temáticas asociadas.
- Número de actos de difusión en los medios de comunicación (prensa, radio, TV) / Alcance
- Acciones de formación realizadas/ Temáticas asociadas. Participantes por género.