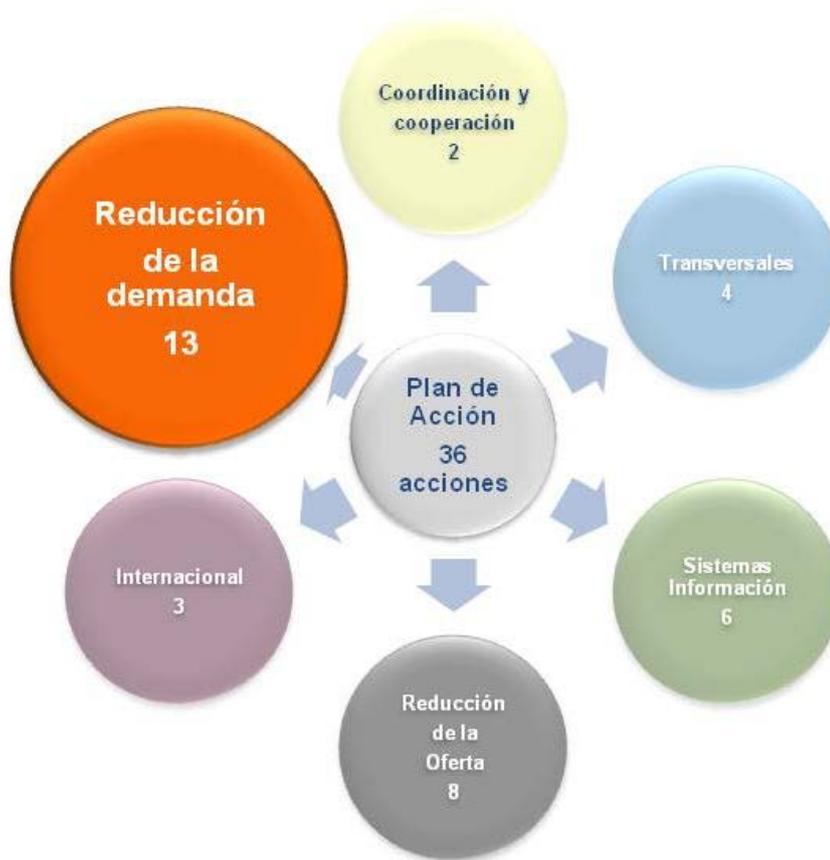


ESTRATEGIA NACIONAL SOBRE DROGAS 2009-2016

PLAN DE ACCIÓN SOBRE DROGAS 2013-2016



Acción 3. Plan de comunicación

Plan de comunicación de las Acciones del Plan de Acción sobre Drogas 2013-2016

Plan de Comunicación del Plan de Acción sobre Drogas 2013-2016

Grupo de Trabajo

Líder: Elena Martín Maganto: Vocal Asesor del Delegado de Gobierno para el PNSD

Coordinadoras: Graciela Silvosa Rodríguez: Consejera Técnica Unidad de Apoyo, DGPNSD;

Matilde Duque García: Responsable de Comunicación de la DGPNSD.

Secretaría: Virginia García Martínez de Marañón: Secretaria Unidad de Apoyo DGPNSD.

Personas Expertas

Ubaldo Cuesta Cambra: Catedrático de Comunicación y Salud de la Universidad Complutense.

Begoña del Pueyo: Responsable Territorial de Cataluña Asociación de Usuarios de la Comunicación-AUC.

Sociedades Científicas

Julio Bobes García: Presidente de Socidrogalcohol.

Carmen Puerta: Presidenta de la Sociedad Española de Toxicomanías.

Remedios Aguilar Moya: Secretaria Técnica de la Sociedad Española de Toxicomanías.

Nestor Szeman: Presidente de la Sociedad Española de Patología Dual

INTRODUCCIÓN

El éxito y el impacto de cualquier proyecto o estrategia dependen en gran medida de las actividades de comunicación y difusión. Este grupo transversal de comunicación pretende dar coherencia y unidad a todos los mensajes, en un modelo abierto de relación en el que los pilares fundamentales son la transparencia, la colaboración y la participación.

Un denominador común a estos tres principios es la comunicación, estos tres pilares no se desarrollan si no existe una estrategia de comunicación.

La acción número tres del Plan de Acción sobre Drogas 2013-2016, tiene entre uno de sus cometidos, el diseño y puesta en marcha de un plan de comunicación, con objeto de promover su visibilidad y la de las diferentes acciones que lo componen, así como de lo que supone la existencia de un Plan de Acción sobre Drogas.

La coordinación de la difusión de dichas acciones, será llevada a cabo por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, quién realizará un seguimiento y evaluación de todos los procesos de comunicación con objeto de conseguir una mayor calidad y eficiencia en los mismos.

El Plan de Comunicación y Difusión que se adjunta está compuesto por los siguientes elementos:

- ✚ Objetivos
- ✚ Mensajes
- ✚ Público
- ✚ Canales
- ✚ Protocolo de comunicación
- ✚ Ficha de comunicación de cada acción

OBJETIVOS

Los **objetivos generales** de este plan son:

- **Promover la visibilidad del Plan de Acción sobre Drogas 2013-2016**, poniendo de manifiesto tanto el consenso como que las actuaciones en materia de adicciones, requieren de la labor conjunta de todos los sectores sociales
- **Dar a conocer las medidas y productos resultantes** de los grupos de trabajo del Plan de Acción a los principales beneficiarios y a potenciales actores involucrados
- **Optimizar el flujo de la información** entre los grupos participantes y organizar una comunicación eficiente entre las instituciones implicadas.

Objetivos específicos:

- **Mantener informados** a todos los grupos de trabajo sobre las acciones y sus resultados
- **Sistematizar e interrelacionar** la comunicación entre los grupos de trabajo, especialmente con líderes y coordinadores de las acciones, **consensuando un procedimiento y un lenguaje común**, entendiendo que de ello depende el éxito del Plan de Acción, nuestro éxito
- Realizar una **comunicación eficaz, transparente y entendible** a toda la sociedad, sobre las medidas y resultados del Plan de Acción
- **Divulgar los avances** realizados y resultados obtenidos en el transcurso del proyecto
- **Difundir nuevos conocimientos y materiales** de referencia

MENSAJES

El **mensaje fundamental** que se pretende transmitir es el de **la existencia de un Plan de Acción** sobre Drogas, fruto de un acuerdo institucional, social y científico para garantizar una respuesta homogénea, equitativa y de calidad en todo el territorio español ante el problema de las adicciones.

Para cada acción se establecerá un mensaje principal a transmitir. Los mensajes de las acciones resumen la esencia de la Estrategia Nacional sobre Drogas y del Plan de Acción. Siendo simples y concretos, suponen la base para todas las actividades de difusión y deben ser relevantes para los públicos objetivo:

- ➔ Todas estas actividades deben de estar alineadas con los objetivos estratégicos señalados en la Estrategia Nacional sobre Drogas y los Planes de Acción correspondientes.

➔ Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios de la acción concreta a difundir.

PÚBLICO

Se han identificado dos tipos de público diferente: por un lado el **interno**, constituido por los miembros que conforman cada uno de los grupos de trabajo del Plan de Acción y por otro lado un público **externo** que se detallará para cada una de las acciones como público objetivo principal y secundario y que, en líneas generales, está compuesto por:

- Público especializado (profesionales, ONGs, Soc. Científicas....)
- Medios de comunicación (prensa especializada y generalista)
- Administración (AGE, CCAA, CCLL)
- Público general (bien en bloque o segmentado por sectores: familia, académico, ocio...)
- Organismos Internacionales

CANALES Y SOPORTES

Se diferencia entre canales y soportes a la hora de emitir la comunicación:

- Canales:
 - Listas de distribución
 - Página web
 - Principales redes sociales
 - APP Plan Nacional sobre Drogas
 - Actos y eventos
 - e-room
- Soportes:
 - Dossier de Prensa a medios de comunicación
 - Notas de prensa
 - Publicaciones, folletos.....

Plan de Comunicación

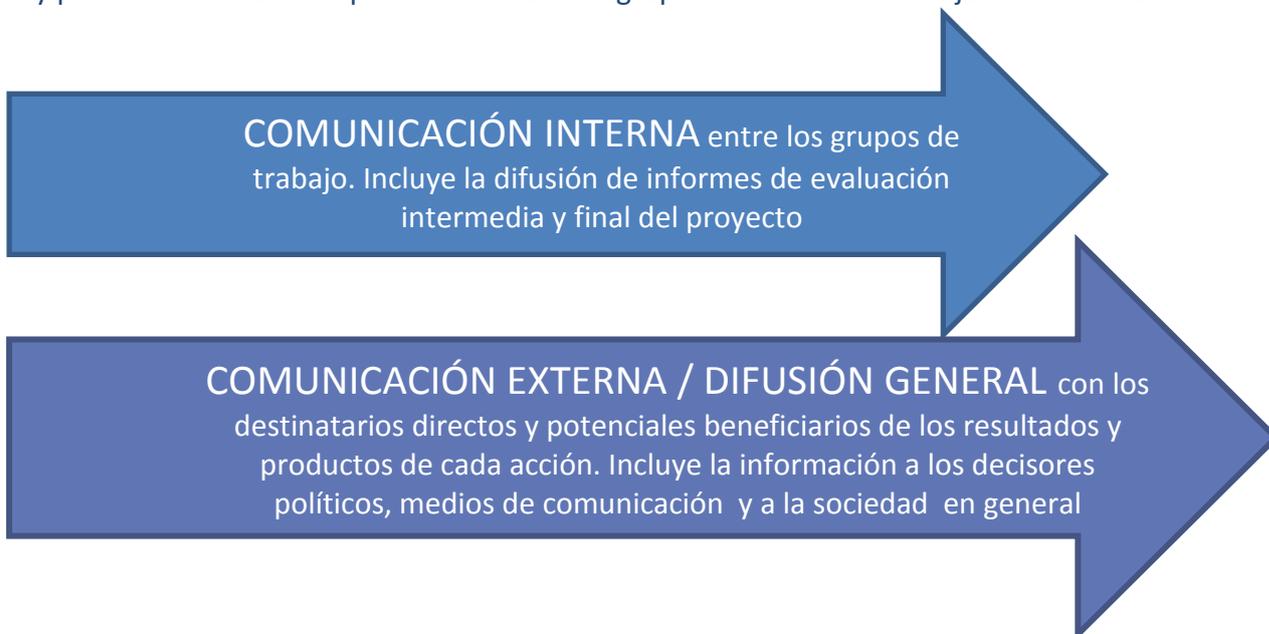


Herramientas de difusión de las medidas y productos de lo Plan de Acción sobre Drogas



PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN

Con el fin de responder de manera específica a los diferentes grupos destinatarios, las diversas acciones y productos elaborados para su difusión se agruparán en torno a dos ejes de actuación:



Estos dos ejes de actuación, que forman los pilares de la estrategia de comunicación y difusión, prevén la adecuación coherente de las actividades y herramientas de comunicación a los diferentes objetivos y grupos de destinatarios.

En cada grupo de trabajo habrá un responsable de comunicación (Líder y/o Coordinador)

A su vez como **responsable de comunicación de todo el Plan** está el **grupo de comunicación** (Grupo de Trabajo de la acción nº 3: Plan de Comunicación del PNSD)

Funciones:

- Velar por el buen desarrollo del Plan
- Controlar que las actividades de comunicación de cada acción sean coherentes entre sí

Este grupo trabajará en estrecha relación con el grupo coordinador del Plan de Acción (Grupo de Trabajo de la acción 2: Plataformas de Coordinación Inter e Intrasectoriales)

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN INTERNA

La estrategia de comunicación interna tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información que garantice una gestión eficaz y transparente del proyecto, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados, es decir, los grupos de trabajo.

Plan de Comunicación



Esto se pretende alcanzar mediante el uso de las siguientes herramientas:

- Intranet: e-room:
 - Acceso habilitado y seguro
 - Archivo compartido de documentos
 - Biblioteca y agenda
 - Acceso a documentos de gestión

Cada grupo de trabajo tendrá acceso al e-room de su acción correspondiente y al e-room de la acción 2: Plataformas de coordinación, en el que aparecerá documentación de interés para todas las acciones

- Reuniones virtuales y presenciales

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN EXTERNA SOBRE DIFUSIÓN DE RESULTADOS Y PRODUCTOS DE LAS ACCIONES DEL PLAN DE ACCIÓN SOBRE DROGAS 2012-2016

1.-CRITERIOS CLAVE

Antes de comunicar cualquier producto o resultado de las acciones del Plan de Acción sobre Drogas hay que tener en cuenta una serie de **criterios clave** acordados:

CRITERIOS CLAVE
• El mensaje que se emita deberá estar siempre encuadrado en la Estrategia Nacional sobre Drogas y en el Plan de Acción sobre Drogas que la desarrolla.
• Todos los productos resultado de las acciones del Plan de Acción tienen que ser aprobados por la Comisión Interautonómica antes de ser difundidos, diseminados, presentados o lanzados a cualquier público externo al grupo de trabajo de la acción.
• Cualquier medida o producto del Plan de Acción antes de ser presentado a un público externo al grupo de trabajo, debe ser comunicado al grupo de coordinador del Plan de Acción a través de la ficha que se adjunta. (anexo2)
• Toda la documentación y material elaborado en el marco del Plan de Acción deberá mencionar que se ha realizado gracias al grupo de trabajo de la acción.
• Todos los productos finales estarán a disposición del público sin ningún tipo de restricción.
• La documentación, productos finales y eventos de difusión de cada acción deberán llevar insertada obligatoriamente en todos los soportes producidos en formato papel (informes, boletines, folletos...) o en formato electrónico (CD/DVD-ROM, presentaciones PowerPoint, página Web...) los siguientes logotipos con el objetivo de informar a la opinión pública de las acciones llevadas a cabo dentro del Plan de Acción: <ul style="list-style-type: none">○ El logotipo de la DGPNSD en la primera página del documento en cuestión, legible y visible○ La autoría de los materiales producidos

2.- PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Durante toda la ejecución del Plan de Acción sobre Drogas, se contempla la comunicación de dos aspectos fundamentales: la comunicación del propio proceso de desarrollo de cada acción y la comunicación de los productos elaborados dentro del grupo de trabajo de cada una de las acciones

A. Comunicación del proceso de desarrollo de la acción:

1. Comunicación al Grupo de Coordinación de Plan de Acción (<mailto:mtoribiop@msssi.es>)
 - Contenido de la difusión
 - El acto en el que se va a difundir (tipo y fecha)
2. Traslado al Grupo de Comunicación, quienes procederán a la difusión del acto (Página web)

B. Comunicación de productos elaborados dentro del grupo de trabajo

1. Envío al Grupo de Coordinación (<mailto:mtoribiop@msssi.es>) del producto finalizado y aprobado por el grupo de trabajo
2. Envío al Grupo de Coordinación de la ficha del Plan de Comunicación de la Acción revisada o validada
3. Remisión a la Comisión Interautonómica para la validación del producto (a través de reunión o por vía informática)
4. Traslado al Grupo de Comunicación, quienes procederán a la difusión del acto, en función de lo estipulado en la ficha

Plan de Comunicación



Flujo de actividades

Preparación de la Comunicación

Descripción de las acciones de comunicación y difusión previstas para cada acción.

TAREA	Definir para cada acción: objetivo, público objetivo, mensaje clave, canales y fechas., y remitir al Grupo de Coordinación. Ver fichas: Planificación para cada una de las acciones
QUIENES	Grupo de trabajo de la acción correspondiente
CALENDARIO	<ul style="list-style-type: none"> En el momento de la recepción de este documento Revisión y envío en el momento en el que se envíen los productos
PRODUCTO	Ficha de comunicación de la Acción

Preparación de la comunicación

Asegurar que todas las acciones estén alineadas, a la hora de comunicar, con la estrategia de comunicación definida

TAREA	Elaborar/validar los mensajes, canales, etc. preparar difusión
QUIENES	Grupo de trabajo de la acción/Grupo de Coordinación/Grupo de trabajo de comunicación
CALENDARIO	Previo a llevar a cabo la difusión según el calendario de comunicación
PRODUCTO	Plan de comunicación de la acción

Comunicación

Hacer difusión de los productos finalizados y validados del Plan de Acción

TAREA	<ul style="list-style-type: none"> Hacer difusión del proceso de trabajo del Plan de Acción Hacer difusión de los productos finalizados y validados del Plan de Acción
QUIENES	Grupo de trabajo de comunicación
CALENDARIO	El elaborado para cada acción
PRODUCTO	Acto de comunicación / difusión

Las siguientes fases serían ejecución y seguimiento y actualización periódicas, en función de los indicadores establecidos en la ficha de evaluación de la acción del Plan de Comunicación (anexo 1)

ANEXOS

PLANIFICACIÓN PARA CADA UNA DE LAS ACCIONES*

FICHA DE COMUNICACIÓN DE LA DIFUSIÓN DE MEDIDAS, PRODUCTOS Y RESULTADOS DE LAS ACCIONES DEL PLAN DE ACCIÓN

Con objeto de poder establecer el plan de difusión de cada una de las acciones y una vez definidos los contenidos generales, se ha establecido, **para cada acción un plan de comunicación y difusión** con los siguientes elementos básicos:

- **Público objetivo** al que se deberá dirigir el mensaje de difusión (diferenciando si existiera entre principal y secundario)
- **Hitos /mensajes** que se considera necesario comunicar
- **Cronograma:** indicación de en qué momento se difundirán los mensajes (si es posible con indicación de la fecha aproximada. Si no fuera posible, en el momento en el que se disponga de las fechas, estas se comunicarán al líder y coordinadora general del Plan de Acción con objeto de que se puedan realizar las acciones de difusión programadas).
- **Canales y Soportes** a través de los cuales se difundirán los mensajes

*En documento a parte

Plan de Comunicación



Ejemplo

Nº	META	PÚBLICO OBJETIVO	MENSAJE PRINCIPAL	HITOS COMUNICAR/CRO NOGRAMA*/Cronograma*	CANALES/SOPORTES
1	Consejo consultivo del PND.	<p>PRINCIPAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gabinetes de prensa de los Ministerios y otras entidades de la AGE afectados (M.INTERIOR, M.JUSTICIA, MAEC, M.EDUCACIÓN, MEYSS, MINECO, MINHAP, MSSSI SP, MSSSI SESSI, Fiscalía) -CCAA (Planes Autonómicos de Drogas) -Federación Española de Municipios y Provincias -ONGs -Sociedades científicas -Colegios profesionales -RTA -Sindicatos -CEOE <p>SECUNDARIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Medios de comunicación especializados -Grupos de trabajo -Comisionados 	Empoderamiento, Coordinación, Cooperación, Participación	<p>Creación del Consejo e Inicio del trámite de audiencia para la aprobación del RD que lo desarrolla</p> <p>Aprobación del RD.</p> <p>Constitución del Consejo</p> <p>Decisiones, informes, recomendaciones, etc generados por el Consejo</p>	<p>•Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listas de distribución • Página web • Principales redes sociales • APP Plan Nacional sobre Drogas • Actos y eventos • e-room <p>•Soportes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dossier de Prensa a medios de comunicación • Notas de prensa • Publicaciones, folletos.....

***En el momento en el que se disponga de las fechas, éstas se comunicarán al Líder y Coordinadora General del Plan de Acción con objeto de que se puedan realizar las acciones de difusión programadas.**

Anexo 1

Objetivo Específico:		
Diseño de un plan de comunicación del Plan de Acción		
Indicador 4		
Diseño		
Descripción del indicador:		
Responsable	Fuente	Periodicidad
Grupo de Comunicación Resto de Grupos de trabajo	Propio documento	Una sola vez
Descripción del proceso de medida		
SI/NO		
Datos		Fecha recogida de datos
		Junio 2015

Objetivo Específico:		
Puesta en marcha del plan de comunicación del Plan de Acción		
Indicador 5		
Implementación		
Descripción del indicador:		
Responsable	Fuente	Periodicidad
Grupo de comunicación	Registros	mensual
Descripción del proceso de medida		
Número de productos comunicados Número de comunicaciones/informaciones/noticias		
Datos		Fecha recogida de datos
		Junio 2015-Diciembre 2016

Anexo 2

FICHA DE COMUNICACIÓN DEL PROCESO			
ACCIÓN Nº	Fecha	Contexto (Jornadas, Seminario, Curso..)	Quién