



## 4.7. Comunicación

Con el fin de garantizar la difusión de información relevante sobre el Plan, el acceso por parte de todas las empresas y ciudadanos a la financiación, y la identificación del carácter comunitario de los fondos que financian los proyectos, el plan de comunicación contempla la realización de reuniones y presentaciones en todo el territorio nacional, foros de consulta con los representantes empresariales, y la elaboración de una página web.

Alcanzar el éxito en este proyecto de recuperación y transformación exige, entre otros aspectos, que todos los sectores económicos, sociales y de la Administración tengan un alto grado de información, concienciación y compromiso con el desarrollo del Plan. Por ello, **la comunicación constituye un pilar fundamental en la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**, de ahí la necesidad de desarrollar una planificación amplia y ambiciosa, que canalice los mensajes de la forma más efectiva para lograr la mayor capilaridad posible.

**El gobierno está finalizando un Plan de comunicación que tiene como objetivo dar una adecuada visibilidad a la financiación europea que sustenta el Plan de Recuperación, en línea con lo dispuesto en el artículo 34 del Reglamento del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia**, y en las correspondientes orientaciones a los Estados Miembros que ha publicado la Comisión Europea.

**Se trata por tanto de conseguir una amplia notoriedad y un alto nivel de transparencia de todas las actuaciones financiadas por la UE dentro del Plan de Recuperación nacional**, de modo que se promueva una imagen cohesionada y eficaz de la Unión en la respuesta a la crisis sanitaria. Este objetivo se desarrolla en ocho fines específicos de gran alcance:

- **Informar a la opinión pública sobre el desarrollo de las reformas y las inversiones previstas** en el Plan, así como sobre los avances en el cumplimiento de los hitos y objetivos establecidos en el mismo, enfatizando su carácter financiado y los resultados alcanzados.
- **Hacer visible para la opinión pública la contribución del Plan** a la doble transición ecológica y digital, con cohesión social y territorial e igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, resaltando el alineamiento de las reformas y las inversiones previstas en el plan español con las prioridades marcadas por la Estrategia de Desarrollo Sostenible y el plan Next Generation EU.
- **Incrementar el conocimiento de la ciudadanía acerca del papel de la Unión Europea en la salida de la crisis** y el efecto de las actuaciones del Plan en su calidad de vida, para incrementar el sentimiento europeísta y la identificación con el proyecto europeo, especialmente de las generaciones más jóvenes.
- **Proporcionar información clara sobre las oportunidades financieras y de participación que ofrece a los potenciales beneficiarios** el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, así como de los requisitos, la adjudicación y la gestión de los fondos, garantizando la transparencia.

- **Informar a los participantes del Plan acerca de las responsabilidades** que deben asumir en materia de gestión, seguimiento, control, evaluación, información y publicidad de las acciones financiadas.
- **Aumentar la implicación de los medios de comunicación y agentes difusores externos** en la transmisión de las oportunidades de participación y del desarrollo e impacto de las actuaciones, potenciando su rol para un mayor conocimiento y atención públicos.
- **Informar a los organismos gestores de las funciones que han de desempeñar, incluidas las de seguimiento y comunicación**, estableciendo redes de información y mecanismos que aseguren la comunicación con la Administración y las instituciones de la UE.
- **Visibilizar la participación en la gestión del Plan de las Comunidades Autónomas y Entidades Locales** para subrayar la apuesta de España por la cogobernanza y que el Plan es un proyecto común de país y de la UE.

Con estos objetivos, se propone realizar un amplio número de actuaciones, desde la organización de eventos públicos, generales o sectoriales; la publicación de noticias y otros contenidos informativos escritos o audiovisuales; las acciones de publicidad; la creación de una web específica sobre el Plan de Recuperación; la elaboración de materiales divulgativos; la selección de proyectos clave; y el establecimiento de requisitos informativos para los beneficiarios de los fondos.

Estas actividades están diseñadas para cubrir, de manera organizada, un número importante de públicos objetivo con intereses diversos en el Plan:

- I. **Público en general.** Abarca potencialmente a toda la población residente en España, por lo que se desarrollarán actividades de alcance generalista. Asimismo, se prevén medidas específicas para colectivos que pueden tener a priori menor conocimiento sobre el Plan y a su vez un interés particular en el mismo: jóvenes, mujeres, profesionales de sectores especialmente afectados por la crisis y desempleados.
- II. **Potenciales beneficiarios.** Son un colectivo amplio del que forman parte todos los agentes y las organizaciones (públicas o privadas, no lucrativas y empresas, etc.) que puedan optar a la financiación comunitaria y convertirse en participantes del Plan. Son, por tanto, el destinatario principal de la información relacionada con las convocatorias y el funcionamiento de las acciones financiadas.
- III. **Participantes del Plan.** Son las organizaciones que han sido seleccionadas para recibir la financiación y ejecutar las acciones, por lo que serán destinatarias de mensajes que requieren ser más completos y detallados, respecto a la información facilitada a los potenciales beneficiarios. El objetivo es aportar la información necesaria para garantizar la eficacia y eficiencia en la participación en el Plan y el adecuado cumplimiento de las obligaciones asociadas a la percepción de la financiación.
- IV. **Medios de comunicación y agentes difusores externos.** Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial para alcanzar la amplitud requerida con el fin de maximizar el impacto y alcanzar a grandes segmentos del público o a la opinión pública en general, tanto en su vertiente de cobertura informativa como en campañas de comunicación institucional. Los agentes difusores externos también juegan un papel muy re-



levante al transmitir información y/o asesoramiento a los potenciales beneficiarios de las ayudas y al público en general, que en última instancia se beneficia de los efectos de estas acciones.

- V. **Organismos gestores.** Son los participantes públicos que tienen la consideración de órganos gestores en el ámbito de las Administraciones públicas, como entidades encargadas de gestionar eficientemente las operaciones cofinanciadas. Dado que también pueden recibir fondos para la ejecución de proyectos, cabe que actúen a la vez como organismo gestor y participantes. Merecen una atención particular los empleados públicos de las distintas Administraciones implicadas en la ejecución del Plan de Recuperación, para los que es necesaria una comunicación interna eficaz que asegure un correcto desarrollo del Plan, garantice la transparencia de las actuaciones y facilite el cumplimiento de la normativa comunitaria.

**Para todos estos públicos objetivo, es preciso fomentar un clima favorable a las reformas e importantes inversiones que este Plan realizará,** promoviendo e identificando iniciativas en diferentes sectores, así como visualizando y poniendo en valor el impacto positivo de los fondos en la recuperación y la transformación de la economía española y europea. Asimismo, las acciones de comunicación desarrolladas en este Plan servirán como herramienta para contribuir a las acciones de comunicación que la Comisión realice para garantizar que estos recursos financieros se hacen visibles a toda la sociedad europea.

**Los canales de comunicación a emplear se desarrollarán en función del público objetivo** para asegurar la mejor llegada del mensaje, entre los cuales se destacan:

- a) **Imagen del Plan de Recuperación,** que se integrará a los símbolos europeos en el lenguaje visual institucional y mediático asociado a los proyectos y logros del Plan. El uso de estos elementos, dándoles la máxima visibilidad, permitirá un rápido reconocimiento de todas las actuaciones enmarcadas dentro del Plan y su atribución a las actuaciones nacionales y al impulso europeo para la salida de la crisis.
- b) **Actos y eventos.** El Plan de Recuperación, sus políticas palancas y sus componentes, así como los proyectos que lleven a cabo y sus resultados serán presentados por parte de los representantes de las instituciones españolas en actos de diversos formatos. Dependiendo de la naturaleza del acto, estos representantes tendrán distinto rango y nivel dentro de la administración, desde el Presidente del Gobierno y otros miembros del Consejo de Ministros hasta altos funcionarios. Los medios de comunicación serán convocados y recibirán el material de prensa habitual, formado por notas de prensa, dossieres de prensa y otros elementos, en formato físico y digital, y un briefing con información técnica adicional.
- c) **Página web.** Actualmente, el Gobierno ha habilitado una sección dedicada a difundir toda la información disponible sobre los objetivos y las novedades relacionadas con la elaboración del Plan de Recuperación. No obstante, la diversidad de ámbitos y medidas incluidos en el Plan y el importante volumen de recursos movilizados hacen necesario el desarrollo de una página web específica con la finalidad de servir como portal principal y unificado de información y facilitar el acceso a las posibilidades de participación al público objetivo a

través de canales de comunicación online. Esta página web, que se pondrá en marcha una vez que el Plan sea aprobado por la Comisión Europea, será una herramienta para la promoción activa de los fondos de recuperación europeos, las oportunidades comerciales y de inversión, los proyectos estratégicos y sus resultados, las responsabilidades que deben asumir los beneficiarios y las tareas que deben realizar los organismos gestores. También será un instrumento destinado a aumentar la conciencia pública general sobre la relevancia y el potencial transformador económico y social de los Fondos de Recuperación.

- d) **Redes sociales**, que son una poderosa herramienta para lograr un efecto promocional multiplicador en las actividades de comunicación del Plan. Aunque el volumen previsto de información podría justificar la creación de perfiles específicos para el Plan de Recuperación, su impacto inmediato sería muy reducido. Por esta razón, se optará por emplear los perfiles institucionales ya existentes, con el fin de maximizar el impacto en todos los públicos de las acciones de comunicación que se realicen a través de estos canales.
- e) **Comunicación audiovisual**. La demanda creciente de productos audiovisuales, singularmente durante el confinamiento, y su lenguaje particular, de gran eficacia cognitiva y emocional, convierte este canal en un potente vector para socializar las acciones del Plan y acercar a grandes capas de población la utilidad concreta de sus logros.
- f) **Comunicación con grupos de interés (stakeholders)**. Para tener una mayor penetración dentro de los diferentes sectores a los que irán destinados los proyectos, serán designados varios prescriptores, mediante los cuales se creará un canal de comunicación en dos direcciones en las que se puedan recibir aportaciones que mejoren los proyectos.
- g) **Acciones específicas para medios**, que asegure que los mismos tengan una visión completa del Plan y la oportunidad que supone para la economía del país. La transparencia a la hora de facilitar datos será crucial, por lo que se facilitarán sesiones informativas, simposios, artículos de opinión y otras acciones específicas de notoriedad en torno a proyectos concretos.
- h) **Materiales informativos**, generales y técnicos, con diversos públicos que van desde las Administraciones hasta las audiencias menos especializadas. También, si se considera conveniente, se prepararán materiales de merchandising relacionados con los planes, siempre con la presencia de la imagen de la Unión Europea y del Plan.

**Como forma de hacer palpable el éxito del Plan de Recuperación, se identificará una serie de proyectos clave que mostrarán, por un lado, el impacto en la población y la economía españolas y, por otro, su pertinencia y relevancia** en relación con uno o varios de sus cuatro ejes transversales: la transición ecológica, la transformación digital, la igualdad de género y la cohesión social y territorial.

**En primer lugar, se considerarán proyectos clave los denominados Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE)**, por su propia naturaleza, su impacto y su dimensión. Consisten en una nueva figura de colaboración público-privada para desarrollar proyectos de carácter estratégico y con gran capacidad de arrastre para el crecimiento económico, el empleo y la competitividad de la economía española. Como elementos fundamentales del Plan, requieren una acción de comunicación específica, basada



fundamentalmente en su presentación y en el conocimiento de sus principales actores, de sus beneficios y de las historias de éxito para la economía y la sociedad que generan. Más allá de los PERTE, se seleccionarán otros proyectos (sean inversiones o reformas) que puedan resultar emblemáticos o destacables como buenas prácticas en el ámbito del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

**Dado que la comunicación es un factor de gran relevancia para alcanzar los objetivos del Plan de Recuperación, se prevé contar con grupos de coordinación con responsables de las Administraciones implicadas,** quienes llevarán a cabo también evaluaciones periódicas sobre el desarrollo de esta estrategia de comunicación, con el fin de maximizar sus resultados. Por tanto, este plan de comunicación estará sujeto a una serie de mecanismos de seguimiento y evaluación, en colaboración con la Comisión Europea, para comprobar su efectividad a lo largo de su implementación, efectuar los análisis pertinentes y poder plantear las modificaciones que se estimen oportunas para asegurar su buen fin.