



**Alianza
Global**

para la Cooperación
Eficaz al Desarrollo

ACTUALIZACIÓN DEL MARCO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN DE LA AGCED PARA 2015-2016

Reunión del Comité Directivo de la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo
3-4 de septiembre de 2015, México D. F. (México)

En el presente documento se ofrece una actualización del marco estratégico y orientaciones de comunicación de la AGCED, que abarca el periodo desde octubre de 2015 a diciembre de 2016.

Este documento se transmite a los miembros del Comité Directivo para ser sometido a debate y aprobación en el punto 6 de la agenda de su 8ª reunión.

Contactos:

Sr. Rahim Kanani, Tel.: + 1 617 460 9238, correo electrónico: rahim.b.kanani@undp.org

DOCUMENTO 6

ÍNDICE

1. LOGROS Y LECCIONES APRENDIDAS	4
a. Oportunidades para mejorar la comunicación	5
2. HACIA ADELANTE: 4 ÁREAS CLAVE	5
3. POSICIONAMIENTO DE LA AGCED.....	6
4. COMUNICACIONES Y FUNCIONES INTERNAS	6
a. Funciones y responsabilidades	7
b. Comunidad interna de especialistas.....	8
5. DESTINATARIOS DE INTERÉS (EXTERNOS)	8
6. OPORTUNIDADES DE PARTICIPACIÓN Y DIFUSIÓN	8
7. AUMENTO DE LA VISIBILIDAD EN LÍNEA DE LA AGCED PARA LA COMUNIDAD INTERNACIONAL.....	9
a. Estrategia digital	9
b. Canales de comunicación	9
8. MENSAJES CLAVE	10
a. Mensajes centrales de la AGCED:	10
b. Mensajes específicos para determinados destinatarios (externos) en complemento de los mensajes centrales.....	12
9. FOMENTO DE LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN PARA LA 2ª RAN	13
CUESTIONES PARA DEBATE	14
ANEXO 1: SOLICITUD DE PRESUPUESTO Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES	15

1. Este documento se entiende como una actualización del marco de perspectivas y orientaciones estratégicas de comunicación de la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo (AGCED), y en él se trata lo que ha funcionado hasta la fecha, dónde se puede mejorar, áreas prioritarias para avanzar, destinatarios de interés, actualización de los mensajes y estrategia digital. Además, en sus últimas páginas se propone un presupuesto y un plan de trabajo de alto nivel para ser sometido a debate y aprobación en la reunión del Comité Directivo en México D. F.
2. Para apoyar la segunda Reunión de Alto Nivel de la AGCED en noviembre de 2016 (2ª RAN) se elaborará un plan de acción de comunicación específico —con base y referencia en esta estrategia—, en colaboración con el anfitrión, los copresidentes y los miembros del Comité Directivo. Una vez preparado, se transmitirá al Comité Directivo que podrá examinarlo en su próxima reunión a principios de 2016. Si bien esta estrategia de comunicación mucho más amplia está estrechamente ligada a la concienciación sobre la 2ª RAN y a la preparación del evento, el plan de comunicación específico de la 2ª RAN se orientará más al evento y dispondrá de su propio conjunto de actividades, calendario, resultados y mediciones del grado de éxito. Ambos documentos están vinculados directamente con el presupuesto propuesto para seguir avanzando. También se estudiará la posibilidad de planes de acción de comunicación más cortos para eventos conexos y otras reuniones importantes.
3. Esta actualización se basa en la estrategia y plan de acción de comunicación de la Alianza Global correspondientes al periodo entre mayo de 2013 y marzo de 2014, el plan de difusión y participación diseñado para la 1ª RAN que tuvo lugar en abril de 2014 en México, las respuestas a la encuesta de la Alianza Global de enero de 2015 y los resultados del taller de Bruselas de ese mismo mes. En el apéndice 1 se puede obtener más información sobre los resultados y el impacto de la estrategia de comunicación anterior, incluidas las mediciones digitales a lo largo del tiempo. Además, con el fin de incorporar las últimas reflexiones y perspectivas de los destinatarios clave de la AGCED sobre cómo perciben la Alianza y cómo puede repercutir la actualización de herramientas y actividades de comunicación en un mayor impacto, el ECA se entrevistó en julio y agosto de 2015 con diversas partes interesadas internas y externas, principalmente miembros del Comité Directivo, fundaciones, organizaciones de la sociedad civil y otros asociados.
4. **Siguiente paso:** este documento se actualizará para reflejar cualquier contribución o comentario adicional aportado por los miembros del Comité Directivo, tras lo cual se elaborará un plan de comunicación específico para la 2ª RAN. Asimismo, se invita a los miembros del Comité Directivo a revisar la propuesta de solicitud de recursos para las actividades de comunicación resumida en el anexo 1.
5. *Aunque este marco de la estrategia de comunicación cubre poco más de 1 año —de octubre de 2015 a diciembre de 2016—, se recomienda encarecidamente que, una vez aprobado por la dirección de la AGCED, este documento sirva de base para las comunicaciones en 2017 con el fin de garantizar la continuidad en las reflexiones, planificación, ejecución y evaluación.*
6. *El presente documento se transmite a los miembros del Comité Directivo para ser sometido a debate y aprobación en el punto 4 de la agenda de su próxima reunión, que tendrá lugar en México D. F. los días 3 y 4 de septiembre de 2015. Todas las actividades indicadas en la propuesta de presupuesto están supeditadas al compromiso en firme de asignar recursos.*

1. LOGROS Y LECCIONES APRENDIDAS

7. Los principales objetivos de la estrategia de comunicación 2013-2014 se centraron en entablar un diálogo basado en pruebas empíricas sobre la mejora de la cooperación al desarrollo, especialmente a nivel de país, en el que participasen el Comité Directivo de la AGCED, responsables políticos y profesionales. Esta meta recibió un gran apoyo en la 1ª Reunión de Alto Nivel (1ª RAN) celebrada en abril de 2014.
8. El evento reunió a más de 1500 participantes de más de 130 países, y sirvió para que gobiernos, empresas, fundaciones privadas y sociedad civil pusieran en marcha 38 iniciativas voluntarias para impulsar la cooperación eficaz al desarrollo. Dada la amplia labor de difusión entre los medios, la reunión fue cubierta por más de una docena de medios de información internacionales.
9. La estrategia de comunicación anterior también tenía por finalidad consolidar la credibilidad de la AGCED como foro de apoyo a los avances en la eficacia de la cooperación al desarrollo, tanto sobre el terreno como en debates de alta calidad. Además de la 1ª RAN, desde 2013 se han celebrado 10 talleres regionales y mundiales en los que se han dado cita representantes de gobiernos, empresas, sociedad civil y profesionales del desarrollo para examinar el contexto regional y nacional, proporcionar una plataforma para el aprendizaje, y aumentar la cooperación Sur-Sur y triangular.
10. La estrategia de comunicación apoyó estos foros creando un espacio para que la AGCED lograra una participación más amplia e intensa de los interesados en los distintos eventos, y manteniendo el diálogo a través de debates electrónicos y actividades virtuales, como los chats de Twitter. La Alianza también utilizó sus plataformas digitales para eventos conexos de alto nivel, como las principales reuniones del Banco Mundial y la AGNU, lo que le permitió fomentar una mayor participación de responsables políticos y profesionales, y vincular los debates y recomendaciones de los eventos con un público más amplio relacionado con el desarrollo.
11. Asimismo, el grupo de comunicación del Equipo Conjunto de Apoyo organizó un concurso de estudios de casos de alianzas entre múltiples partes interesadas en noviembre de 2014 que contó con más de doce candidaturas. Los estudios finalistas se presentaron en la 7ª reunión del Comité Directivo celebrada en La Haya en enero de 2015.
12. La estrategia anterior también abogó por alentar a intelectuales y líderes de opinión a escribir sobre la labor de la AGCED como una contribución concreta y fundamental al panorama cambiante de la cooperación al desarrollo. Para alcanzar este objetivo, en septiembre de 2013 se creó el blog de cooperación eficaz al desarrollo, en el que han participado hasta la fecha más de 95 invitados, entre ellos el ex administrador de la USAID, Rajiv Shah, la secretaria de Estado británica, Justine Greening, la ministra de Planificación del Desarrollo Nacional de Indonesia, Armida Alisjahbana, y el ministro de Finanzas de Nigeria, Ngozi Okonjo-Iweala. También cuenta con la colaboración de diez autores invitados representantes del Comité Directivo y una alianza con el medio informativo sobre desarrollo internacional, Devex. Esto ha aumentado el alcance de los mensajes del blog, que se publican al mismo tiempo en la página web de Devex y se promocionan a través de sus populares redes sociales y listas de distribución electrónicas, lo que ha repercutido en una mayor actividad y participación en la cuenta Twitter de la AGCED.

Oportunidades para mejorar la comunicación

13. Los comentarios de la encuesta de la AGCED, el documento final del taller de Bruselas y las recientes entrevistas con dirigentes, asociados y amigos de la Alianza dejaron entrever la necesidad de una mayor comunicación que vincule a la AGCED con el "cómo" de la implementación eficaz de los nuevos ODS y la agenda de desarrollo post-2015 más amplia. Esto exige actividades de comunicación específicas que apoyen la visibilidad de la AGCED en este contexto, como presentar documentos sobre cuestiones concretas, intercambiar experiencias nacionales (narraciones orales) entre países y mantener una interacción activa con las Iniciativas de la Alianza Global (IAG). Además, se requiere un mayor grado de participación en eventos internacionales y regionales y foros técnicos, así como centrarse en mayor medida en los avances a nivel nacional. Para apoyar estos esfuerzos, los miembros de Comité Directivo deben actuar como embajadores y defensores de la AGCED y han de identificarse puntos focales de la Alianza a nivel de país.
14. De cara a provocar un cambio de comportamiento, es indispensable que la AGCED intensifique la difusión de pruebas analíticas a los responsables políticos en el ámbito nacional. Al mismo tiempo, deben resaltar y dar a conocer mejor las alianzas nuevas y existentes de carácter innovador y fuerte impacto, apoyándose en mayor medida en el Comité Directivo y en otros miembros para lograr que los grupos que representan documenten e intercambien las mejores prácticas a través de la plataforma y el marco de monitoreo de la AGCED.
15. Si bien los canales y productos de comunicación utilizados hasta la fecha, principalmente el sitio web, el boletín informativo, las redes sociales y el espacio Teamworks, han cumplido su propósito dadas las limitaciones de recursos, quedó patente que la comunicación es absolutamente esencial para el éxito de la plataforma de la AGCED y que es necesario actualizar las plataformas digitales. Según se desprende de los comentarios transmitidos por los miembros y las experiencias de otros usuarios, los principales obstáculos actuales al navegar por la web son la dificultad de encontrar documentos clave con facilidad; la necesidad de un calendario de eventos más accesible que señale explícitamente los puntos de entrada para participar en la AGCED; la falta de un contenido multimedia dinámico que refuerce las capacidades, potencial e impacto de la AGCED, y un diseño demasiado básico que debe profesionalizarse. Otra de las preocupaciones expresadas en relación con el sitio web fue la inexistencia de varios idiomas.
16. La AGCED dispone de cuentas en Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube, que están separadas del espacio comunitario de colaboración Teamworks. Sus seguidores han aumentado de manera constante a través de estos canales, especialmente en torno a grandes eventos y actividades relacionadas, pero ha llegado el momento de doblar la apuesta y encaminarse hacia plataformas de mayor influencia que apoyen los objetivos y la misión de la AGCED.

2. HACIA ADELANTE: 4 ÁREAS CLAVE

17. Para preparar la 2ª RAN que se celebrará en Kenia en 2016, la AGCED necesita invertir en una estrategia de comunicación global y prospectiva que se centre en cuatro áreas clave:
 - lograr concienciar en mayor medida a todos los actores del desarrollo sobre la labor y el papel de la AGCED como un medio para mejorar la cooperación de las partes interesadas en el contexto post-2015;
 - dirigirse a destinatarios clave —interna y externamente—, con mensajes, compromisos y recursos adaptados;

- difundir conocimientos, experiencias y avances en el ámbito nacional basados en pruebas empíricas, y
- conseguir una presencia digital más accesible, interactiva y atractiva.

3. POSICIONAMIENTO DE LA AGCED

18. El valor añadido excepcional de la AGCED estriba en su carácter multipartito y está vinculado a su capacidad para garantizar el monitoreo y la rendición de cuentas en la aplicación de los principios y compromisos de eficacia del desarrollo; apoyar el aprendizaje sobre la eficacia del desarrollo actuando como eje de conocimientos, red de aprendizaje y plataforma para el diálogo mundial; identificar enfoques de desarrollo innovadores y ampliables en el plano nacional, y servir de centro de excelencia para la eficacia del desarrollo en relación con la implementación de las agendas más amplias de ODS y financiación para el desarrollo.
19. Para lograr un mayor reconocimiento de la AGCED entre la comunidad internacional, es esencial posicionarla en la actual agenda post-2015, destacando el carácter distintivo de su labor en la eficacia del desarrollo y su complementariedad con otras plataformas internacionales, como el Foro sobre Cooperación para el Desarrollo de las Naciones Unidas (UNDCF) y el Comité de Ayuda al Desarrollo de la OCDE (CAD). Pero la AGCED es una estructura más amplia e incluyente que otros actores del desarrollo, lo que la distingue de la OCDE o del G20, y, a diferencia del UNDCF, se centra en la acción sobre el terreno y tiene flexibilidad fuera del sistema de las NU. Se menciona explícitamente en la financiación para el desarrollo de la Agenda de Acción de Adís Abeba y en los documentos de los ODS post-2015, por lo que desempeña un papel complementario de los mecanismos existentes.
20. Otra forma de mostrar la pertinencia de la AGCED, aumentar el grado de concienciación al respecto, destacar su liderazgo y difundir los éxitos logrados es conectar a la Alianza Global con otros eventos regionales e internacionales de interés, como la Cumbre de las Naciones Unidas Post-2015, la próxima Conferencia sobre el Cambio Climático de París, las reuniones anuales del Banco Mundial, el Foro Económico Mundial de Davos, y encuentros políticos regionales como los organizados por la Unión Africana. Además, la AGCED necesita fortalecer sus vínculos con foros técnicos, como el Foro Asia-Pacífico para la Eficacia del Desarrollo y la Plataforma Africana para la Eficacia del Desarrollo, con el fin de obtener datos empíricos de forma continua y crear redes de aprendizaje y colaboración. Este es un punto de entrada importante para la AGCED y, si los miembros del Comité Directivo asisten a dichos eventos, sus equipos de comunicación deben coordinarse con el ECA para resaltar su participación en línea y a través de otros canales digitales de la Alianza Global.

4. COMUNICACIONES Y FUNCIONES INTERNAS

21. En el ámbito interno, la labor de comunicación involucra a los copresidentes, el Comité Directivo, el ECA, el Grupo Asesor para el Monitoreo y la comunidad de IAG. Una de las principales preocupaciones que emanaron de los comentarios de los miembros de la AGCED fue saber si se estaba o no informando del trabajo actualizado de la AGCED. La experiencia de algunos miembros dejó entrever que sólo aquellos directamente implicados en el Comité Directivo estaban al corriente de sus planes y progresos, mientras que quienes quedaban fuera de este círculo cerrado no recibían información.
22. También es necesario mantener una comunicación más frecuente entre el ECA y los miembros del CD directamente, así como entre el equipo de comunicación del ECA y el del Comité Directivo —esta última ha sido mínima hasta la fecha—. No cabe duda de que el

fomento de estas relaciones contribuirá a agilizar la publicación de artículos en el blog de la AGCED, a dar mayor protagonismo a la participación del Comité Directivo en eventos relevantes —que puede impulsarse y promoverse a través de los canales de comunicación de la AGCED— y a garantizar que la información clave se transmite con regularidad.

23. Teniendo en cuenta la estructura de la Alianza Global y el amplio elenco de actores involucrados, es indispensable que las funciones y responsabilidades de todas las partes interesadas de la AGCED estén claramente identificadas y cuenten con la aprobación de sus miembros.

a. Funciones y responsabilidades

- *Copresidentes y Comité Directivo:*
 - participar en las actividades estratégicas de alto nivel
 - promover el papel de la AGCED en los foros internacionales, regionales y de grupos representados
 - mostrar y compartir activamente sus propios progresos en la aplicación y apoyo a los principios para la eficacia del desarrollo a través de los canales de comunicación de la AGCED
 - respaldar las iniciativas de comunicación de la Alianza Global a través de sus propios canales (discursos, entrevistas y redes sociales, por ejemplo) y cerciorarse de que esas oportunidades y productos están vinculados con los canales de comunicación de la AGCED
 - fomentar la difusión y el compromiso entre los miembros de los grupos representados por el Comité Directivo
 - *Iniciativas de la Alianza Global*
 - dar visibilidad a las actividades de la AGCED
 - proporcionar contenido sustantivo a las actividades de comunicación de la AGCED de forma regular
 - *Funciones del Equipo Conjunto de Apoyo:*
 - informar sobre los eventos clave y el posicionamiento de la AGCED en los debates mundiales
 - desarrollar canales y productos de comunicación adecuados para fomentar la participación de destinatarios clave
 - elaborar mensajes clave sobre la contribución activa de la AGCED a la agenda post-2015 y la agenda de financiación para el desarrollo, centrándose en experiencias a nivel de país
 - producir y difundir datos empíricos del monitoreo
 - reunir y transmitir aportaciones de las Iniciativas de la Alianza Global
 - elaborar informes bianuales que evalúen los avances en comunicación en cuanto a actividad digital, presencia en las redes sociales, seguimiento de los medios, participación en eventos y otros temas relevantes.
24. Muchas de estas funciones y responsabilidades se resumieron en el documento "Actualización de las actividades de comunicación" publicado en enero de 2015.

b. Comunidad interna de especialistas

25. Asimismo, la AGCED debe seguir manteniendo una colaboración sustantiva y técnica con los actores que no pertenecen a los grupos directamente representados, como antiguos miembros del Comité Directivo y otras partes interesadas de la eficacia del desarrollo. Es necesario que continúe ampliando este grupo y fortaleciendo sus lazos con los principales responsables políticos y expertos técnicos para que la comunidad de la eficacia de la ayuda no cese de expandirse.

5. DESTINATARIOS DE INTERÉS (EXTERNOS)

26. Sobre la base de la estrategia de comunicación 2013-2014 y de recientes comentarios de los miembros de la AGCED en su misma línea, se mantuvo intacta la lista de referencia de destinatarios externos.
 - Políticos y otros líderes: ministros, responsables de organizaciones, altos directivos, ejecutivos filantrópicos y otros líderes de países donantes tradicionales, socios de la cooperación Sur-Sur y receptores.
 - Comunidad internacional de desarrollo: responsables políticos, profesionales, instituciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil —entre ellas las de mujeres—, parlamentarios, sector privado, docentes, jóvenes, organizaciones sindicales y otras entidades relacionadas.
 - Personas influyentes y líderes de opinión: intelectuales del desarrollo, medios de comunicación relevantes y periodistas clave, publicistas, laboratorios de ideas y principales OSC de defensa de derechos.
27. No obstante, la AGCED ha encontrado especiales dificultades a la hora de aprovechar todo su potencial para crear y transmitir contenido interesante y atractivo destinado a determinados grupos, en particular el sector privado, la comunidad filantrópica y los BRIC. Para seguir avanzando, y en estrecha colaboración con los miembros del Comité Directivo y/o grupos que representa, la AGCED deberá adaptar sus mensajes a esos diferentes sectores, escuchar sus opiniones y llegar hasta ellos de una manera estratégica, que incluya mensajes más específicos, casos ilustrativos, materiales y recursos. Al mismo tiempo, los mensajes y actividades de la AGCED para apoyar el principio de apropiación por los países han de reflejar claramente las prioridades de los países en desarrollo y amplificar su voz.

6. OPORTUNIDADES DE PARTICIPACIÓN Y DIFUSIÓN

28. A pesar de los avances de los dos últimos años en la promoción de la AGCED dentro de la comunidad de cooperación al desarrollo, aún se requieren esfuerzos adicionales para situarla como entidad complementaria de los foros, plataformas y organizaciones existentes. Con este fin, es esencial que la AGCED refuerce los incentivos a sectores y destinatarios clave (descritos anteriormente) para lograr su participación en la Alianza a través de actividades presenciales y en línea.

Enfoque nacional

29. De forma regular, la AGCED debe dar a conocer y resaltar pruebas y casos ilustrativos de los progresos alcanzados —principalmente en el ámbito nacional— que sean convincentes y estén fuertemente arraigados en datos empíricos. De hecho, para conseguir que la AGCED se convierta en una verdadera red de aprendizaje e intensifique realmente el diálogo, es importante que esos casos muestren una curva de aprendizaje, destaquen conclusiones extraídas e indiquen sin reservas las dificultades que plantean los cambios. Con ello se

acentuará el interés de los responsables políticos y profesionales del desarrollo por la labor de la Alianza. Para lograr este objetivo, la AGCED tendrá que solicitar con más frecuencia a sus miembros casos ilustrativos, blogs y otros materiales de diversos sectores, y crear de forma proactiva contenido multimedia atractivo que respalde la labor y la visión de la Alianza. Al mismo tiempo, necesita mejorar su estrategia de contactos y difusión para permitir que el contenido y los materiales lleguen a destinatarios externos clave de todo el mundo.

30. Por otra parte, muchos de los ejemplos de éxito y progreso que figuran en los resúmenes de países y en las actualizaciones de las IAG podrían servir como base para un contenido de interés, tanto en línea como en caso de que los miembros de la AGCED participen en eventos externos. En términos de comunicación, tales ejemplos, hechos y cifras clave pueden compilarse en un resumen ejecutivo que los interesados de la AGCED incorporarán a sus propios discursos, material escrito y actividades en las redes sociales.

Participación en eventos

31. De manera colaborativa, se ha desarrollado un completo calendario de las principales etapas y eventos que conducirán a la segunda Reunión de Alto Nivel de la AGCED, y que servirá de base a la comunicación de la Alianza Global en lo que respecta a qué eventos son más relevantes para su labor y merecen planes de comunicación sustanciales. Esta lista comprende las reuniones de la AGCED y del Comité Directivo, consultas y eventos dirigidos por los miembros, y eventos internacionales de alto nivel.

7. AUMENTO DE LA VISIBILIDAD EN LÍNEA DE LA AGCED PARA LA COMUNIDAD INTERNACIONAL

a. Estrategia digital

32. Habida cuenta de la limitada disponibilidad de recursos, el sitio web, el blog y las acciones en las redes sociales han cumplido su propósito inicial de empezar a concienciar y a obtener el compromiso de los distintos sectores en apoyo de la AGCED. Sin embargo, para seguir avanzando se debe revisar la huella digital en todas las plataformas de la AGCED con el fin de hacerlas más accesibles y fáciles de utilizar por destinatarios clave, organizar los recursos más estratégicamente para que se conviertan en un eje de conocimientos y una red de aprendizaje, y ofrecer un contenido más interactivo y atractivo que apoye un enfoque "nivel nacional consistente - nivel mundial ligero".
33. Además, una presencia digital nueva y actualizada tendrá explícitamente en cuenta la necesidad de aumentar la visibilidad del liderazgo de la AGCED, describir y dar protagonismo a ejemplos de progreso a nivel de país, reflejar y difundir mejor las actividades de las IAG, intercambiar las mejores prácticas y lecciones aprendidas en la comunidad de desarrollo de múltiples maneras —artículos, infografías, vídeos, publicaciones y redes sociales—, y permitir más diálogo virtual y mesas redondas multimedia sobre cuestiones clave de la eficacia del desarrollo (o de la implementación eficaz de los ODS).

b. Canales de comunicación

- i. **Blog:** para aumentar y mejorar la divulgación de la AGCED a destinatarios de interés en todo el mundo es preciso ampliar el contenido y las alianzas con los medios de comunicación. Por ejemplo, podrían establecerse futuras colaboraciones con el Foro para el Desarrollo Global del diario The Guardian, el servicio de noticias de las Naciones Unidas IRIN, la Cumbre para el Bien Social, el Foro Global de Filantropía y otras plataformas internacionales. En el rediseño de la presencia digital de la AGCED, la plataforma del blog se integrará en el sitio web de la Alianza Global para agilizar la comunicación con *un único*

centro principal de actividades, lo que conducirá a una exploración del contenido y otros recursos más fortuita.

ii. **Redes sociales:** el ECA dedicará tiempo a gestionar las cuentas de la AGCED en las redes sociales, principalmente Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube, para mejorar permanentemente el perfil de la AGCED, compartir las mejores prácticas, entablar contacto directo con líderes y participar con mayor frecuencia en debates en línea en tiempo real.

iii. **Teamworks:**

Funciones:

- Garantizar que el diálogo nacional se filtra al ámbito mundial mediante la gestión de debates en línea sobre temas de gran interés para la AGCED.
- Actuar como depositario de buenas prácticas a nivel de país, cuellos de botella y pruebas del cumplimiento de los compromisos de Busan sobre el terreno.

Necesidades:

- Reducir redundancias entre Teamworks y los sitios externos de la AGCED para garantizar que cada uno desempeña un papel bien definido y tiene destinatarios específicos.

iv. **Boletín informativo:** al tratarse de una de las principales herramientas de comunicación de la AGCED, resulta esencial revisar su diseño y contenido con el fin de hacerla más dinámica y atractiva para sus lectores. Podría adoptarse una versión con menos texto que dé prioridad a gráficos y vídeos, e incluya una sección permanente sobre un caso de éxito a nivel nacional. Los miembros del Comité Directivo, copresidentes y asociados deben aprovechar las posibilidades que ofrece el boletín informativo como una importante vía para formular consultas, difundir nuevos informes e intercambiar información sobre próximos eventos. Es necesario que la extensa comunidad de la AGCED contribuya en mayor medida al boletín informativo.

8. MENSAJES CLAVE

34. Los mensajes de la AGCED deben actualizarse para reflejar una postura más enfocada al futuro que, al mismo tiempo que se basa en los compromisos de eficacia de la ayuda y el desarrollo, plasme las realidades y exigencias de la nueva agenda de desarrollo. Asimismo, la AGCED necesita obtener más pruebas empíricas sobre el terreno y hacerlas llegar a la comunidad de desarrollo en general, puesto que uno de los requisitos clave para convertirse en una "red de redes" es que se fundamente en mayor medida en la experiencia a escala nacional de sus asociados.
35. Por otra parte, las descripciones y mensajes centrales de la AGCED han de simplificarse para transmitir lo esencial. Esto implica centrarse en el auténtico valor añadido de la plataforma del mundo del desarrollo y en su pertinencia para la agenda post-2015. En concreto, el ODS 17 ("Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible") está íntimamente ligado a las aspiraciones y la visión de la AGCED, que debe enfocarse hacia esa meta para garantizar su pertinencia actual y futura.

a. Mensajes centrales de la AGCED:

- La AGCED ayuda a países, empresas, sociedad civil y otros interesados a trabajar mejor juntos para erradicar la pobreza.

- La AGCED contribuye a que países, empresas y organizaciones aprendan unos de otros y mejoren su colaboración en aras de un desarrollo incluyente y sostenible.
 - La AGCED se basa en cuatro principios: apropiación por los países, enfoque en los resultados, alianzas incluyentes para el desarrollo, y transparencia y responsabilidad mutua.
 - La AGCED proporciona un mercado que reúne oferta y demanda en términos de conocimientos especializados, redes e inversión con un enfoque a nivel de país.
 - La AGCED reúne a gobiernos, empresas privadas, sociedad civil y otros interesados para garantizar que la financiación, el tiempo dedicado y los conocimientos producen el máximo impacto en el desarrollo.
 - La AGCED puede contribuir a impulsar los progresos y a apoyar la implementación de los nuevos objetivos de desarrollo sostenible y la agenda de desarrollo post-2015 más amplia.
 - La AGCED es un foro de asesoramiento, responsabilidad compartida y aprendizaje mutuo para apoyar la aplicación de los principios de eficacia del desarrollo aprobados en el Cuarto Foro de Alto Nivel sobre la Eficacia de la Ayuda que se celebró en Busan (Corea) en 2011, y para fomentar un cambio de comportamiento en lo que respecta a la cooperación eficaz al desarrollo.
 - La AGCED colabora con sus asociados para complementar las iniciativas existentes encaminadas a fortalecer la cooperación eficaz al desarrollo, como el Foro de las Naciones Unidas sobre Cooperación para el Desarrollo, el Grupo de Trabajo de Desarrollo del G20 y el proceso dirigido por las NU para crear la agenda de desarrollo post-2015.
 - La AGCED se basa en una serie de esfuerzos internacionales entre los que destacan: el Consenso de Monterrey (2002), la Declaración de Roma sobre Armonización (2003), la Declaración de París sobre Eficacia de la Ayuda (2005) y el Programa de Acción de Accra (2008).
 - La AGCED es una alianza multipartita incluyente que está contribuyendo a mejorar la calidad, eficacia e impacto de la cooperación al desarrollo.
 - La labor de la AGCED se basa en pruebas empíricas y utiliza datos y experiencias obtenidos sobre el terreno.
 - La AGCED identifica soluciones innovadoras y mejores prácticas, y promueve el intercambio y el aprendizaje mutuo para una implementación duradera.
 - La cooperación al desarrollo es más eficaz cuando los propios países en desarrollo dirigen la planificación y la gestión de las distintas formas de financiación del desarrollo.
 - Para que la financiación del desarrollo dé sus frutos, debe ser más previsible, transparente y acorde con las prioridades y sistemas de los países en desarrollo.
36. Si se desea que las plataformas de múltiples partes interesadas tengan éxito, es importante crear un entorno incluyente que englobe a todos actores de la cooperación al desarrollo, facilite la participación de cada uno de ellos y promueva el aprendizaje mutuo como vía para obtener resultados.

b. Mensajes específicos para determinados destinatarios (externos) en complemento de los mensajes centrales

- **Donantes tradicionales**
 - La AGCED contribuye a potenciar los resultados del desarrollo al apoyar un cambio de comportamiento hacia una mayor eficacia en todos los casos en los que presta asistencia.
 - La AGCED trabaja para mejorar la transparencia de la cooperación al desarrollo.
 - En la óptica de los ODS universales, la AGCED proporciona una plataforma donde países, organizaciones no gubernamentales, sector privado y otros interesados aprenden unos de otros.

- **Países en desarrollo**
 - La AGCED contribuye a que países, empresas, organizaciones de la sociedad civil y otras partes interesadas aprendan entre sí y mejoren su colaboración en aras de acelerar el desarrollo sostenible y romper el ciclo de dependencia de la ayuda.
 - La AGCED reúne oferta y demanda en términos de conocimientos especializados, redes e inversión con un enfoque a nivel de país.
 - La AGCED contribuye a garantizar la disponibilidad y previsibilidad de la financiación del desarrollo.
 - La AGCED pone las riendas en manos de los países en desarrollo, cerciorándose de que los donantes adecúan su apoyo a las prioridades y planes nacionales.
 - La AGCED es una alianza de igual a igual que cuenta con líderes de alto nivel de países de todos los grados de desarrollo.
 - La AGCED fomenta la autosuficiencia a través de una labor de movilización de los recursos internos.

- **Asociados que participan en la cooperación Sur-Sur y la cooperación triangular**
 - La AGCED proporciona una plataforma donde todas las partes interesadas del desarrollo pueden aprender de los países receptores, de actores no estatales y entre sí.
 - La AGCED es incluyente e invita a los asociados que participan en la cooperación Sur-Sur a que compartan sus mejores prácticas y lecciones aprendidas.
 - La AGCED reconoce la naturaleza y valor excepcionales de la cooperación Sur-Sur y triangular, así como de la experiencia y conocimientos de los socios de la cooperación Sur-Sur.
 - La AGCED apoya el intercambio de conocimientos y experiencias a través de redes globales de responsables políticos y profesionales.

Conviene destacar que la AGCED obtendrá una mayor participación de los BRICS a través de mensajes específicos que contrarresten el obstáculo de no ser un proceso de las NU, o el hecho de que dichos países no deseen que tales principios rijan su cooperación, entre otras reticencias.

- **Empresas y filantropía**
 - El ECA empezará a trabajar con representantes de sus miembros en aras de crear mensajes específicos para estos destinatarios en los que se trate el valor añadido excepcional de la AGCED, por qué deben colaborar con la Alianza Global y lo que podrían lograr juntos.

37. *Los mensajes anteriores proceden, en parte, de los documentos 7 y 8 elaborados para la reunión del Comité Directivo de México ("AGCED: implementación de la financiación para el desarrollo y de la agenda de desarrollo post-2015" y "Mensajes clave para la 70ª Asamblea General de las NU"), que contienen otras propuestas de mensajes actualizados sobre las características principales de la AGCED, la cooperación eficaz al desarrollo, el monitoreo de la AGCED, la relación de los nuevos ODS y metas con la labor de la Alianza Global, y el mayor número de idiomas en el contexto post-2015.*

9. FOMENTO DE LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN PARA LA 2ª RAN

38. La 1ª RAN atrajo una gran dosis de interés, apoyo y participación de alto nivel procedente de todo el mundo. Para sacar partido de este tipo de atención el próximo año en Kenia, es preciso que la AGCED dedique esfuerzos a mantener el contacto con periodistas clave, establecer más contenido y alianzas con medios de comunicación, organizar una importante conferencia de prensa in situ, y planificar entrevistas con periodistas durante la reunión, entre otras acciones orientadas al evento. En una reunión preparatoria con el anfitrión en julio de 2015 se propuso diseñar un plan de comunicación para la 2ª RAN que delimite las funciones y responsabilidades de los actores de la AGCED, con el fin de lograr una adecuada coordinación y ejecución. El plan de comunicación propondrá actividades clave y un calendario detallado que garantice una importante participación de la comunidad internacional.
39. En los preparativos de la 2ª RAN, los copresidentes y los miembros del Comité Directivo, así como el conjunto de partes interesadas de la AGCED junto con el ECA, aunarán esfuerzos para concienciar sobre la reunión en contextos internacionales clave, artículos, eventos y foros.
40. Para que la 2ª RAN tenga éxito es indispensable contar con una estrategia de comunicación global que disponga de todos los recursos necesarios. La AGCED debe relacionarse con gran variedad de partes interesadas a través de diversos medios y, al hacerlo, reafirmar permanentemente su carácter incluyente, voluntario y participativo de una forma interactiva y dinámica que permita la comunicación recíproca. El éxito de esta estrategia también requiere el liderazgo y compromiso de los copresidentes y el Comité Directivo al entablar contactos con los grupos que representan, tanto para informarles como para solicitar sus comentarios.
41. *Es importante reconocer que el plan de comunicación central de la AGCED contribuirá a generar interés en la 2ª RAN y sacará a la luz lecciones, experiencias y contenidos a los que se podrá dar protagonismo en la 2ª RAN. Al mismo tiempo, se debe desarrollar una estrategia específica de comunicación y medios de difusión más orientada a la acción para garantizar el éxito de la 2ª RAN.*
42. **Siguiente paso:** A partir de los comentarios de los miembros del Comité Directivo, este documento se actualizará para reflejar cualquier contribución adicional, tras lo cual se elaborará un plan de comunicación específico para la 2ª RAN. Asimismo, se invita a los miembros del Comité Directivo a revisar la propuesta de solicitud de recursos para las actividades de comunicación resumida en el anexo 1.

CUESTIONES PARA DEBATE

43. Se invita a los miembros del Comité Directivo a formular comentarios acerca de la estrategia y el marco mencionados, y a aportar orientaciones sobre las cuestiones que se indican a continuación. Las observaciones recibidas se incorporarán a este documento y/o al próximo plan de comunicación de la 2ª RAN.
- ¿Cuáles son las principales lagunas de los mensajes clave de la AGCED? (Referencia: 8a y 8b)
 - Además de los ya identificados, ¿qué otros grupos representados requieren mensajes adicionales específicos? (Referencia: 8b)
 - ¿Cómo podría la AGCED revestir mayor atractivo para los BRICS, fundaciones y altos directivos?
 - Dada la evolución natural de la agenda de eficacia del desarrollo, ¿debe la AGCED referirse a compromisos de "eficacia del desarrollo" o de "cooperación eficaz al desarrollo" en su documentación y mensajes, en lugar de compromisos de "Busan"?
 - ¿Qué puede hacer el ECA o los copresidentes para facilitar la participación de los miembros del Comité Directivo en las actividades de comunicación de la AGCED?

ANEXO 1: SOLICITUD DE PRESUPUESTO Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Para realizar la visión de comunicación entre octubre de 2015 y diciembre de 2016, a continuación se presenta una propuesta de recursos de dos páginas que resume cinco actividades de comunicación de alto nivel que tendrán lugar durante los próximos 15 meses. Se incluyen algunas actividades de comunicación que recaen dentro del presupuesto actual de la AGCED, así como un presupuesto específico para los esfuerzos de comunicación orientados a la 2ª RAN.

Rediseño digital, mantenimiento y traducción (125 000 USD)

- Implica una presencia digital recién diseñada, fácil de usar y profesional que se personaliza en todas nuestras plataformas en línea (effectivecooperation.org y devcooperation.org, así como canales de redes sociales y plantillas de correo electrónico). Este nuevo espacio dará mayor protagonismo al intercambio de conocimientos a nivel de país y llegará mejor a nuestros destinatarios clave a través de contenidos y otros recursos más oportunos, pertinentes e interactivos. La financiación también incluye la traducción de los contenidos básicos del sitio web y el soporte técnico hasta 2016.
 - Desglose
 - 75 000 USD – Revisión digital, que abarca múltiples sitios web (inglés como idioma central y contenidos básicos en árabe, español, francés, chino y portugués), así como el rediseño de boletines informativos y plataformas de redes sociales en inglés
 - 30 000 USD – Traducción de los contenidos básicos de la AGCED tras el rediseño al árabe, español, francés, chino y portugués
 - 20 000 USD – Soporte técnico/digital básico permanente y mantenimiento
 - Calendario
 - Noviembre de 2015 – Búsqueda de una empresa digital externa e inicio del plan de rediseño
 - Febrero/marzo 2016 – Finalización del rediseño
 - Abril de 2016 – Relanzamiento de la presencia y plataforma digitales en paralelo a las reuniones de primavera del Banco Mundial en 2016

Publicaciones actualizadas con mensajes específicos + debates presenciales y en línea para preparar la 2ª RAN (50 000 USD)

- Conlleva la remodelación del material de comunicación en línea e impreso para reflejar una narrativa actualizada de los mensajes centrales de la Alianza Global que describa su pertinencia actual y futura en el contexto de la implementación de la agenda post-2015. La financiación se utilizará para desarrollar material de comunicación más personalizado y enfocado a nuestros destinatarios clave (líderes políticos, dirigentes empresariales, líderes filantrópicos, sociedad civil y otros actores) sobre cómo pueden mejorar su participación y contribución a la Alianza Global. En lo que respecta a la difusión y compromiso, se organizarán una serie de pequeñas mesas redondas y debates virtuales con destinatarios de interés en los preparativos de la 2ª RAN centrados en las experiencias y progresos a nivel de país. Tales debates podrían vincularse con talleres regionales o segmentarse por regiones y temas, y reflejarán la naturaleza plural y el enfoque "nivel nacional consistente" de la Alianza Global, al tiempo que brindarán la oportunidad de promover nuevos informes de monitoreo y avances.

- Desglose
 - 15 000 USD – Diseño de material/folletos de comunicación personalizados para cada destinatario clave
 - 25 000 USD – Organización y fomento de dos mesas de diálogo profundo con participantes nacionales e internacionales en la sede del PNUD, así como organización/coorganización de cuatro debates en línea con destinatarios de interés para promover el aprendizaje, el intercambio y la colaboración en el marco de la próxima 2ª RAN.
 - 10 000 USD – Alianzas con medios de comunicación nacionales e internacionales y colaboradores de contenido para atraer la participación de destinatarios clave en dichos debates de forma presencial o en línea
- Calendario
 - Noviembre de 2015 – Búsqueda de una empresa de diseño externa (puede ser la empresa digital mencionada antes)
 - Enero de 2016 – Finalización del diseño de material de comunicación específico para destinatarios clave
 - Primavera de 2016 – Una mesa redonda presencial; dos debates en línea
 - Otoño de 2016 – Una mesa redonda presencial, dos debates en línea

Serie de vídeos de alto nivel del Comité Directivo, los copresidentes y los asociados; edición de vídeos de la 1ª RAN, promoción mediática (75 000 USD)

- Engloba la producción de cinco vídeos profesionales acerca de la Alianza Global y su lugar en la agenda de desarrollo post-2015, que incluirán entrevistas con directivos y asociados de la AGCED sobre ejemplos destacados e innovadores de alianzas para el desarrollo a nivel nacional, así como un video animado explicativo de la Alianza Global. La financiación también cubrirá la sensibilización de determinados medios de comunicación y personas influyentes para promover y difundir la serie de vídeos, así como los viajes del equipo de rodaje y del personal de comunicación de la AGCED.
 - Revisión de los debates de la 1ª RAN para producir una serie de cortos: vídeos de 2-3 minutos que destaquen cuestiones clave de las conversaciones, y que podrán utilizarse en 2016 para promover la 2ª RAN.
- Desglose
 - 30 000 USD – Rodaje, producción y edición de cinco vídeos profesionales, entre ellos un vídeo animado —temas por determinar— (6 000 USD cada uno)
 - 20 000 USD – Viajes del equipo de producción de cortos y comunicaciones de la AGCED para entrevistar a miembros del Comité Directivo y a otros asociados en eventos (reuniones del CD), y para obtener secuencias de vídeo convincentes sobre el terreno
 - 15 000 USD – Edición de un mínimo de 10 horas de secuencias de la 1ª RAN en videoclips breves y convincentes sobre lo más destacado.
 - 10 000 USD – Promocionar los vídeos entre destinatarios clave a través de alianzas con los medios de comunicación y campañas de divulgación selectivas
 - Calendario
 - Octubre/noviembre de 2015 – Búsqueda de una empresa para el rodaje producción y edición; planificación de la serie de vídeos
 - Diciembre/enero 2016 – Finalización de la edición de vídeos sobre la 1ª RAN

- Primavera de 2016 hasta otoño de 2016 – Grabación de entrevistas y de secuencias sobre el terreno + promoción permanente

Incremento de la actividad en las redes sociales + fomento de la participación de los miembros del CD/copresidentes en eventos relacionados con la AGCED (40 000 USD)

- Implica resaltar, promover y transmitir con mayor frecuencia los avances nacionales, actividades de los miembros del CD/copresidentes y mensajes clave, tanto de la AGCED como de eventos relacionados con la AGCED, a través de las redes sociales y otros canales digitales con el fin de aumentar la visibilidad, el número de seguidores y las suscripciones al boletín informativo. Con ello se contribuye a sensibilizar de forma permanente sobre el papel e impacto de la AGCED, y a ampliar y fortalecer las relaciones clave con amigos, asociados y medios de comunicación.
 - Desglose
 - 40 000 USD – Contratación a tiempo completo de un experto de la comunidad digital o de redes sociales para dirigir estos esfuerzos
 - Calendario
 - Octubre/noviembre de 2015 – Búsqueda de un asesor especialista en contenido digital
 - Diciembre de 2015 o enero de 2016 – Inicio de la labor del asesor por un periodo de un año

Sensibilización y participación de medios de comunicación internacionales en la 2ª RAN, retransmisión en directo por internet y serie de vídeos de entrevistas para la 2ª RAN (110 000 USD)

- Conlleva campañas selectivas de divulgación y contactos con periodistas y medios de comunicación clave, tanto regionales como internacionales, para obtener su participación en la 2ª RAN, la organización de una conferencia de prensa in situ en Nairobi, y los gastos de un pequeño grupo de los mejores periodistas internacionales y socios de contenidos y comunicaciones, así como de unos pocos blogueros influyentes, para cubrir el evento. También engloba capacidad digital y apoyo a la grabación y retransmisión en directo por internet de las principales sesiones plenarias de la 2ª RAN. Finalmente, la financiación incluye entrevistas durante la 2ª RAN a varios delegados de alto nivel y dirigentes y asociados de la AGCED para sensibilizarlos y obtener su compromiso en 2017.
 - Desglose
 - 15 000 USD – Viajes, alojamiento y apoyo al equipo de rodaje durante su participación en la 2ª RAN en Nairobi
 - 30 000 USD – Rodaje, producción y edición de una serie de videos que reflejan los aspectos más destacados , así como de fragmentos de entrevistas individualizadas sobre cuestiones clave, impacto y progresos de la AGCED
 - 35 000 USD – Viajes, alojamiento y apoyo a un prestigioso grupo de hasta 10 periodistas internacionales, socios de medios de comunicación y blogueros influyentes para cubrir la 2ª RAN en Nairobi.
 - 20 000 USD – Capacidad digital y apoyo a la grabación y retransmisión en directo por internet de las principales sesiones plenarias
 - 10 000 USD – Organización de una conferencia de prensa de alto nivel in situ en Nairobi (espacio, equipos, retransmisión en directo por internet, publicaciones impresas y carpetas de prensa).

○ Calendario

- Primavera/verano de 2016 – Identificación de medios de comunicación y blogueros de prestigio para la 2ª RAN
- Verano de 2016/otoño de 2016 – Obtención de la participación de los medios de comunicación y blogueros en la 2ª RAN
- Otoño de 2016 – Preparación de carpetas de comunicación/prensa para periodistas y blogueros que asistan a la 2ª RAN
- Invierno de 2016 – @2ª RAN
 - Participación in situ del equipo de rodaje y realización de entrevistas a delegados de alto nivel
 - Participación in situ de periodistas y blogueros
 - Grabación de las principales sesiones plenarios y retransmisión en directo por internet
 - Celebración de la conferencia de prensa in situ
- Enero de 2017 – Finalización de los vídeos de entrevistas y clips con los aspectos más destacados, que se utilizarán para la participación y promoción en 2017

Presupuesto total para las actividades esenciales de comunicación: 400 000 USD.