



BMZ



Ministerio Federal de
Cooperación Económica
y Desarrollo



2024

Documento
Estrategia de comunicación



Estrategia de comunicación

Consultoría Nacional para la Elaboración de la estrategia de comunicación para la Visión a Largo Plazo para la Estrategia de Reducción de Emisiones a Largo

PNUD GUINEA ECUATORIAL

ÍNDICE

1. MARCO ESTRATÉGICO.....	4
1.1 Alcance del documento.....	6
2. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.....	10
3. OBJETIVOS	13
3.1 Objetivos específicos	13
4. ALIANZAS ESTRATÉGICAS.....	14
4.1. Sectores de intervención GEI	15
4.2. Medios de comunicación nacionales.	15
4.3. Instituciones del sector público y privado/sociedad civil	16
4.4. Academia.	16
4.5. Identificación de aliados estratégicos en función de su importancia para los objetivos específicos	16
5. PÚBLICO OBJETIVO	17
5.1. Articuladores de políticas públicas e instituciones implicadas en la aprobación de marcos legales y presupuestos públicos.....	17
5.2. Agencias de cooperación, financistas y aliados.	18
5.3. Público en general.	18
5.4. Identificación del público objetivo en función de su importancia para los objetivos específicos	19
6. MENSAJES CLAVE.....	20
6.1. Mensaje central.....	20
6.2. Mensajes específicos	20
6.3. Identificación de mensajes en función de su relevancia según los aliados estratégicos y público objetivo.....	23
7. SELECCIÓN DE ACTIVIDADES Y MEDIOS.....	24

**Estrategia de comunicación para la
Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial**

7.1. Modalidad directa	25
7.2. Modalidad mediática	25
7.1. Gestión de medios	26
8. PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO.....	27
8.1. Acciones y presupuesto	27
8.2. Monitoreo y evaluación	28
9. REFERENCIAS	30

1. MARCO ESTRATÉGICO

El presente documento es el resultado de una actividad enmarcada dentro del área de resultados del proyecto para la “Visión a Largo Plazo para la Estrategia de Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial (LV - LT - LEDS)”, financiado por el Gobierno de Alemania en apoyo a Guinea Ecuatorial, siendo la agencia implementadora del proyecto el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

En 2018 Guinea Ecuatorial ratificó el Acuerdo de París, tratado internacional en el que los Estados Parte se comprometieron a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para limitar el aumento de la temperatura del planeta por debajo de los 2° C con respecto a los niveles preindustriales.

Desde la adopción del Acuerdo de París en 2015, a nivel internacional, los diferentes Estados Parte del acuerdo han desarrollado iniciativas para la reducción de gases de efecto invernadero que permitan mantener el aumento de la temperatura del planeta por debajo de 1,5°C con respecto a los niveles preindustriales para el año 2030. Sin embargo, el sexto informe del IPCC (Grupo Intergubernamental de expertos sobre cambio climático) publicado en marzo de 2023 pone de manifiesto que los esfuerzos realizados hasta ahora en la lucha contra el cambio climático son insuficientes, siendo imperativo que las emisiones de GEI alcancen su punto más alto en el año 2025 para poder mantener el objetivo de calentamiento global por debajo de 1,5 °C.

El Acuerdo de París exige a los Estados Partes la entrega a la Convención del Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC) de Contribuciones Previstas y Determinadas a Nivel Nacional (CDN). Las CDN son planes quinquenales de acción climática. Guinea Ecuatorial presentó su primera CDN en el año 2015, siendo su objetivo en esta primera contribución, la reducción de un 20% de emisiones GEI para el año 2023. En el 2022, Guinea Ecuatorial procedió a la revisión y actualización de

esta CDN fijando un objetivo de reducción de emisiones del 35% para el año 2030 y del 50% para el año 2050.

Guinea Ecuatorial celebró la III Conferencia Económica Nacional en el 2019, en la cual se adoptó la Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible (Agenda Guinea Ecuatorial 2035). El plan de desarrollo de Guinea Ecuatorial (PNDES) se encuentra alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y recoge en su eje estratégico IV, Sostenibilidad Medioambiental y Desarrollo Territorial objetivos enfocados a la reducción de emisiones de GEI.

La elaboración de una estrategia a largo plazo para la reducción de emisiones no es de carácter obligatorio por el Acuerdo de París. Sin embargo, desarrollar una visión a largo plazo permitiría desarrollar y planificar las CDN con una mejor visión del desarrollo futuro evitando la priorización excesiva de soluciones a corto plazo como queda recogido en la Agenda 2035.

A nivel general la población ecuatoguineana desconoce en gran medida los aspectos relacionados con la generación de gases de efecto invernadero, tales como la medición de la huella de carbono personal, tipos de alcance de la huella de carbono o su relación directa con el calentamiento global y por consiguiente con el cambio climático. En las sesiones de trabajo realizadas dentro del marco de actividades para la elaboración de la presente consultoría, se distribuyó un cuestionario de familiarización con la reducción de emisiones a diversos sectores. Estimando que un nivel aceptable de familiarización con la reducción de emisiones del cuestionario está fijado en una **puntuación de 6**, los resultados obtenidos por los diferentes sectores se encuentran por debajo de este nivel. La media del sector institucional se sitúa en **4,4**, la de los educadores se sitúa en **4**, la de la sociedad civil se sitúa en **3,8**, y la de los medios de comunicación en **1,25**. Ninguno de los participantes en las sesiones de trabajo obtuvo una puntuación superior a **5**.

Por otro lado, hasta el momento el país no dispone de estadísticas medioambientales de referencia a disposición del público general para el control de las emisiones. De entre los sectores estudiados ninguno dispone en su entidad o institución de un plan para la reducción de emisiones.

Partiendo de una realidad global y nacional en la cual las acciones de los diferentes públicos objetivos son clave para alcanzar el objetivo de reducción marcado, las intervenciones de comunicación estratégica para lograr una implementación exitosa de la visión a largo plazo implican: 1) explicar los beneficios del proyecto a diferentes audiencias y establecer un diálogo con ellas; 2) eliminar percepciones erróneas y falta de información sobre el alcance del proyecto; 3) cambiar e influenciar comportamientos; 4) incidir en la política pública sobre la reducción de emisiones; 5) requerir y depender de la participación comunitaria para alcanzar objetivos; 6) capacitar a los sectores implicados en el uso de las TIC; y; 7) apoyarse en los medios de comunicación nacionales para influenciar a las comunidades sobre el proyecto.

La elaboración de la estrategia operativa que debe recoger la visión, misión y valores de la Visión a Largo Plazo para Reducción de Emisiones desde la cual debe emanar cualquier estrategia de comunicación se ha realizado de forma simultánea dentro del marco de la implementación del proyecto. La presente estrategia de comunicación parte de la estrategia operativa de la actual CDN realizando una proyección de esta a largo plazo. Una vez establecidos los lineamientos de la Visión a Largo Plazo, la presente estrategia de comunicación deberá ser revisada y modificada en algunos aspectos para alinearse a la estrategia operativa.

1.1 Alcance del documento

La presente estrategia de comunicación a largo plazo se limita a un período de validez de veinticinco años. Estructurándose en dos fases: **lanzamiento (2024 - 2030) y consolidación (2031 - 2050).**

Esta estructuración en dos fases atiende al modelo lógico en torno al cual se ha diseñado la estrategia de comunicación.

La fase I de lanzamiento se centra en asentar las bases que permitirán alcanzar el impacto inmediato de la estrategia de comunicación. El impacto inmediato se encuentra alineado con las opciones estratégicas XI "Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales" y XII "mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana" recogidas en la Política de Medioambiente de la Agenda 2035.

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

El impacto a largo plazo se encuentra alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible: energía asequible y no contaminante (ODS 7); industria, innovación e infraestructura (ODS 9); ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11); producción y consumo responsables (ODS 12); acción por el clima (ODS 13); vida submarina (ODS 14); vida de ecosistemas terrestres (ODS 15) y alianzas para alcanzar objetivos (ODS 17).

Para facilitar la aceptación del proyecto por parte de las audiencias principales las comunicaciones del proyecto se posicionan en torno a tres ejes temáticos: emoción, dimensión y beneficios.

EMOCIÓN	DIMENSIÓN	BENEFICIOS
◆ Promover el proyecto como parte indispensable del desarrollo sostenible del país	◆ Promover el proyecto como modelo de vida para garantizar el futuro del planeta	◆ Promocionar el proyecto como modelo de ahorro y emprendimiento

Tabla 1: Ejes temáticos de la comunicación estratégica del proyecto

La estrategia se apoyará en las herramientas de comunicación digitales ya que pueden contribuir en gran medida al éxito del desarrollo del proyecto. Considerando los resultados del estudio, realizado dentro del marco de elaboración de la estrategia, reflejan que un **85,3%** de la población se conecta a internet.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	342	85,3 %
NO	57	14,2 %
N/C	2	0,5 %
N(Total Casos)	401	100 %

Tabla 2: Conectividad de la población

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

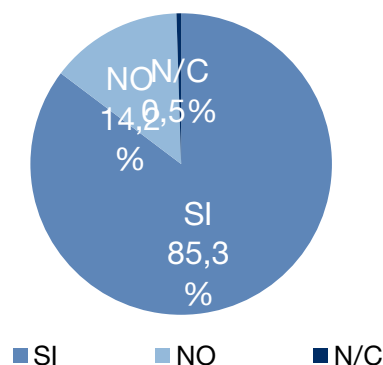


Figura 1: Conexión a internet de la población

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
WhatsApp	330	82,3 %
Facebook	262	65,3 %
TikTok	246	61,3 %
Instagram	218	54,4 %
X (antes Twitter)	89	22,2 %
LinkedIN	32	8 %

Tabla 3: redes sociales utilizadas por la población

El estudio fue realizado en función de la técnica cuantitativa. Se procedió a la selección de muestra aleatoria en fase simple. El tamaño de la población de estudio es de 1558000 población estimada de Guinea Ecuatorial en 2022. Se obtuvo un tamaño de la muestra representativa (n) de 401 casos, con un margen de error (e) de $\pm 4,89$, un nivel de confianza (z) del 95% y un nivel de heterogeneidad máxima ($p=0.5$).

El estudio reveló que un **65,1%** de la población se conecta a internet diariamente y un **44,6%** pasa un promedio de más de cinco horas de conexión diaria. En lo

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

referente a la utilización de redes sociales WhatsApp es la más extendida con un **82,3%**, seguida de Facebook con un **65,3%**, TikTok con un **61,3%**, Instagram con un **54,4%**, X(antes Twitter) con un **22,2%** y LinkedIn con un **8%**.

Internet se posiciona como medio de comunicación más utilizado con un **85,3%** por encima de las televisiones nacionales con un **72,8%** y de las radios nacionales con un **38,9%**

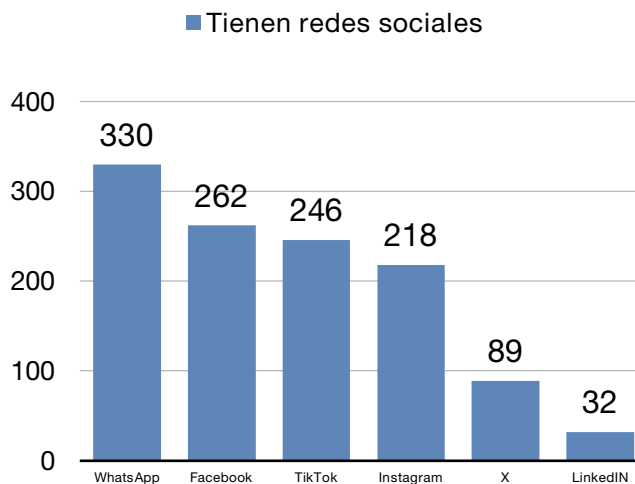


Figura 2: redes sociales de la población

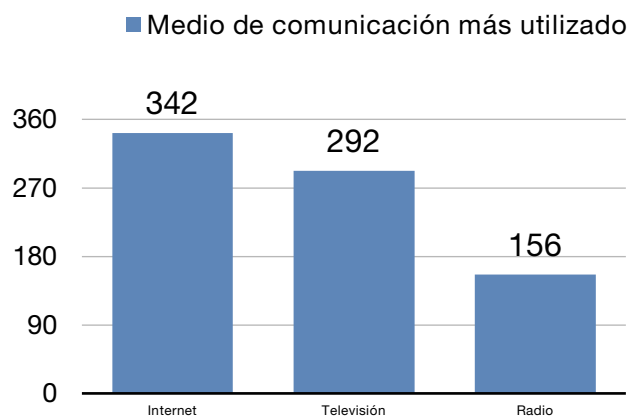


Figura 3: principales medios de comunicación

El estudio también reveló la necesidad de modificar percepciones en relación al cambio climático. Un **26,7%** de la población asocia la emisión de gases de

efecto invernadero como la principal causa del cambio climático, un **25,9%** lo asocia a la tala de árboles, un **22,2%** lo asocia al uso de combustibles fósiles y un **21,7%**

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Internet	342	85,3 %
Televisiones Nacionales	293	72,8 %
Radios Nacionales	156	38,9 %

Tabla 4: principales medios de comunicación de masas

lo asocia al agujero en la capa de ozono.

2. DIAGNÓSTICO

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
GEI	107	26,7 %
Tala de árboles	104	25,9 %
Combustibles fósiles	89	22,2 %
Agujero en la capa de ozono	87	21,7 %
Ns/Nc	14	3,5 %
N(Total casos)	401	100 %

Tabla 5: Percepción de la población_ principal causante del cambio climático

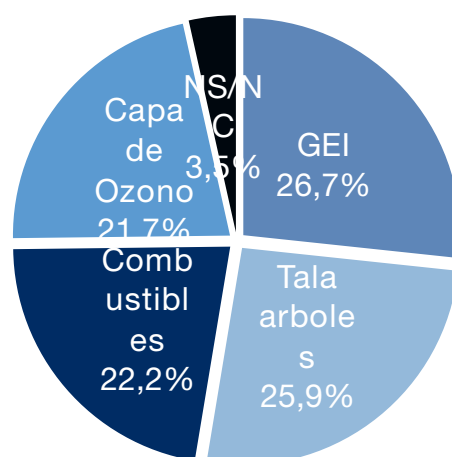


Figura 4: Percepción de la población_ principal causante del cambio climático

COMUNICACIONAL

Se procedió al análisis cualitativo de la situación comunicacional y mediática de los sectores de intervención a nivel nacional en la Visión a largo plazo para la reducción de emisiones.

Tras la revisión de la actual CDN se identificaron los siguientes sectores de intervención: Ministerio de Bosques y Medio Ambiente, Ministerio de Planificación y Diversificación Económica, Ministerio de Electricidad y Energías Renovables, Ministerio de Comercio, Industria y Promoción Empresarial, Ministerio de Pesca y Recursos Hídricos, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Ministerio de Transportes, Correos y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, Ministerio de Interior y Corporaciones Locales, Ministerio de Minas e Hidrocarburos e INEGE.

La evaluación de su situación comunicacional se realizó a través de un cuestionario y taller formativo de publicación en sitio web e introducción al marketing digital destinado a los responsables de comunicación de los sectores identificados. Si bien la actividad no contó con la participación de la totalidad de sectores identificados, de entre los participantes se pudieron extraer algunas conclusiones generales.

Debilidades:

- Todos los sectores de intervención carecen de planes de comunicación basados en sus planes de acción. Las comunicaciones externas son esporádicas, se producen ocasionalmente para dar visibilidad a algún evento realizado en la institución. El valor medio de comunicaciones externas oscila entre 4 y 7 en el último año a excepción del Ministerio de Planificación y Diversificación Económica que supera las 12 comunicaciones externas en el último año.
- Tan solo dos sectores identificados cuentan con un responsable o un equipo de comunicación en su institución.
- La mayoría de los sectores identificados todavía no disponen de sitios web institucionales. Si bien la creación de sitios web está asignada al Centro Nacional para la Informatización de la Administración Pública (CNIAPGE), algunos sectores desconocen cuando podrán estar estos operativos.
- Ninguno de los participantes está familiarizado con la publicación en sitios web.

Amenazas:

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

- La reestructuración de Ministerios puede conllevar a la pérdida de mejoras en la comunicación externa implementadas, como sucedió con el Ministerio de Industria y Energía que disponía de página web y redes sociales. Desde la separación de este en el Ministerio de Electricidad y Energías Renovables y el Ministerio de Comercio, Industria y Promoción Empresarial realizada en febrero de 2023 los medios propios de comunicación externa han quedado inoperativos.

Fortalezas:

- Desde los diferentes sectores comprenden la necesidad de actualizar y mejorar sus mecanismos de comunicación externa.

Oportunidades:

- La Visión a Largo Plazo para la reducción de emisiones puede ofrecer un espacio de comunicación común para todos los sectores que refuerce sus mecanismos de comunicación externa.

Institución	Valor Medio Anual Comunicaciones	Sitio web	Sitio web operativo	Redes Sociales
MBMA	1-3	NO	NA	NO
MPDE	+12	NO	NA	SI
MEER	NA	SI	NO	NO
MCIPE	NA	SI	NO	NO
MTCNTIC	4-7	SI	SI	SI
MAGDR	4-7	NO	NA	NO
MICL	NA	NO	NA	NO

Tabla 6: Situación mediática de los sectores de intervención

MBMA: Ministerio de Bosques y Medio Ambiente

MPDE: Ministerio de Planificación y Diversificación Económica

MEER: Ministerio de Electricidad y Energías Renovables

MCIPE: Ministerio de Comercio, Industria y Promoción Empresarial

MTCNTIC: Ministerio de Transportes, Correos y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación

MAGDR: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural

MICL: Ministerio de Interior y Corporaciones Locales

3. OBJETIVOS

Las acciones y evaluación de la presente estrategia se encuentran orientados hacia dos grandes objetivos:

- Mejorar la comunicación externa referente a las medidas relativas al cambio climático y la reducción de emisiones en las políticas, estrategias y planes nacionales.
- Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del cambio climático y la reducción de emisiones.

3.1 Objetivos específicos

Se fijan los siguientes objetivos específicos como orientación con el fin de obtener resultados alineados con la meta estratégica de la Visión a Largo Plazo para la reducción de emisiones:

1. Crear conciencia política entre audiencias clave sobre la necesidad de mejora del marco legal para la reducción de emisiones a largo plazo.
2. Comprensión por parte de audiencias clave de la importancia del proyecto con el desarrollo sostenible del país así como el compromiso adquirido mediante su CDN para la reducción de emisiones. Mostrando la alineación del Acuerdo de Paris con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el PNDES 2035.
3. Posicionar las acciones para la reducción de emisiones como modelos de gestión humana e institucional.
4. Empoderamiento de grupos en riesgo de exclusión a través de iniciativas participativas.
5. Sensibilización a audiencias clave sobre la reducción de emisiones para su colaboración en el éxito de la visión a largo plazo (empresas, funcionariado, sociedad civil, academia y público en general)

4. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Se identifican los siguientes actores con posibilidades de establecer alianzas y acuerdos para fortalecer la estrategia de comunicación:

Aliado estratégico	Actores
Sectores de intervención GEI	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Bosques y Medio Ambiente • Ministerio de Planificación y Diversificación Económica • Ministerio de Electricidad y Energías Renovables • Ministerio de Comercio, Industria y Promoción Empresarial • Ministerio de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural • Ministerio de Pesca y Recursos Hídricos. • Ministerio de Transportes, Correos y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación • Ministerio de Interior y Corporaciones Locales • Ministerio de Minas e Hidrocarburos • Ministerio de Aviación Civil
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • RTVGE • Asonga TV y Radio • A&A Capital/Sol Media • Guinea Ecuatorial Press • Ahora EG • Real Equatorial Guinea • La VicePress
Instituciones del sector público y privado/sociedad civil	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades Autónomas (INEGE, PRODEGE, INCOMA) <p>Grandes empresas motivadas por su RSC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bgfi Bank • Bange • Muni • Getesa <p>Sociedad Civil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundación FCMNO • Fundación Martínez Hermanos • Fundación Identíc • Fundación Ana Costa • ONG Biriaelat • Asociación de Emprendedores Ecuatoguineados • Asociación "Somos parte del mundo"
Academia	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de Educación Primaria • Centros de Educación Secundaria • Centros de Formación Profesional

Tabla 7: Identificación de aliados estratégicos

Dentro marco de actividades realizadas para la elaboración de la estrategia se llevaron a cabo sesiones de trabajo con los potenciales aliados estratégicos en las que se evaluó el potencial de estos actores para contribuir a éxito de la estrategia de comunicación. La evaluación se realizó a través de un cuestionario preliminar cualitativo previa a una sesión formativa sobre la reducción de emisiones y cuestionario final cualitativo posterior a la sesión formativa con el objetivo de contrastar ambas percepciones. La función de los aliados estratégicos es la de generar un efecto multiplicador de los mensajes asociados a los diferentes objetivos.

4.1. Sectores de intervención GEI

Los sectores de intervención GEI conforman el principal aliado estratégico para el éxito de la estrategia de comunicación. Dado que sus intervenciones son clave para la consecución de objetivos, estos sectores deben integrarse como comunicadores de los avances de su respectivo sector dentro de la estrategia de comunicación para la Visión a Largo Plazo. Su función en la comunicación estratégica corresponde a los objetivos específicos 1, 2, 3 y 5 de la presente estrategia. Deben comunicar persiguiendo objetivos tanto para la modificación de marcos legales y normativas como para la visibilidad y seguimiento de iniciativas implementadas o a implementar en la reducción de emisiones, permitiendo así el seguimiento en la consecución objetivos por parte del público general e induciendo a la modificación de hábitos y conductas.

4.2. Medios de comunicación nacionales.

Los medios ecuatoguineanos no disponen de la capacidad de influencia en las políticas públicas, a diferencia de lo que se puede observar en otros países. Paulatinamente los medios de comunicación tradicionales van pasando a un segundo plano relegados por un acceso cada vez mayor a los medios de comunicación digital. Sin embargo, su función como aliado estratégico es generar un efecto multiplicador de los objetivos específicos 2, 3 y 5 en especial para el público en general en riesgo de exclusión afectado por la brecha digital.

4.3. Instituciones del sector público y privado/sociedad civil

Instituciones públicas como el Instituto Nacional de Estadística de Guinea Ecuatorial (INEGE) y el Instituto de Conservación del Medio Ambiente (INCOMA) así como programas de desarrollo como el Programa de Desarrollo de la Educación en Guinea Ecuatorial se convierten en aliados estratégicos para reforzar la comunicación entorno a los objetivos específicos 3 y 5.

La alianza estratégica con el sector privado y la sociedad civil permitirá reforzar la comunicación estratégica en torno a los objetivos específicos 3, 4 y 5.

4.4. Academia

Aliados estratégicos por su contacto directo con la población estudiantil. La capacitación y actualización en materia de reducción de emisiones permitirá reforzar la comunicación estratégica en torno a los objetivos específicos 3 y 5.

4.5. Identificación de aliados estratégicos en función de su importancia para los objetivos específicos

Aliado estratégico	Objetivo Específico 1: Necesidad de mejora del marco legal	Objetivo Específico 2: Alineación del proyecto con el desarrollo sostenible	Objetivo Específico 3: El proyecto como modelo de gestión humana e institucional	Objetivo Específico 4: Empoderamiento de grupos en riesgo de exclusión	Objetivo Específico 5: Hábitos para la reducción de emisiones
Sectores de intervención GEI					
Medios de comunicación					
Instituciones público/privado/Sociedad Civil					
Academia					

Tabla 8: Identificación de aliados estratégicos en función de los objetivos específicos

	Muy importante		Moderadamente importante		Poco importante
--	----------------	--	--------------------------	--	-----------------

Importancia según objetivos específicos

5. PÚBLICO OBJETIVO

Se identifican los siguientes públicos objetivos en función de su rol potencial para el éxito de la implementación y continuidad del proyecto:

Público objetivo	Actores
Articuladores de políticas públicas e instituciones implicadas en la aprobación de marcos legales y presupuestos públicos	<ul style="list-style-type: none"> • Comité Nacional de Medio Ambiente (CONAMA) • Parlamento de Guinea Ecuatorial • Senado de Guinea Ecuatorial • Tesorería General del Estado • Consejo de la República • Ministerios (sectores de intervención GEI)
Agencias de cooperación, financistas y aliados	<p>Agencias de cooperación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación Alemana • Cooperación Española • Cooperación Francesa • Cooperación US Embassy • Cooperación China <p>Financistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fundación Martinez Hermanos • Fundación Constanca Mangué de Obiang • FAO • UNICEF • UNGE • Contenido Nacional. Ministerio de Minas e Hidrocarburos. • Empresas del sector petrolero a través de su RSC. <p>Aliados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • PNUD • Banco Mundial • FMI
Público en general	Población residente en Guinea Ecuatorial

Tabla 9: Identificación de públicos objetivos

5.1. Articuladores de políticas públicas e instituciones implicadas en la aprobación de marcos legales y presupuestos públicos.

Existe la necesidad de agilizar los procesos de aprobación de marcos legales y presupuestos.

Los procesos de aprobación de marcos legales y presupuestos son lentos. Previamente a su sanción por el Jefe de Estado, los borradores de Ley son remitidos al Parlamento, al Senado y al Consejo de Ministros. Los Presupuestos Generales del Estado son remitidos al Parlamento y posteriormente al Senado por los articuladores de políticas públicas. Una vez aprobados los presupuestos son desembolsados de forma fraccionada. Para que los articuladores puedan disponer de los fondos para la implementación de acciones estos deben ser solicitados. Si el monto es inferior a 10.000.000 XAF la solicitud pasa por un circuito de aprobación que implica a la Primatura, al Ministerio de Hacienda y Presupuestos, nuevamente a la Primatura y finalmente a la Tesorería General del Estado para su desembolso. Para estos desembolsos el plazo puede variar de diez días a dos meses. Si el monto es superior a 10.000.000 XAF la solicitud pasa por un circuito de aprobación que implica a la Primatura, al Ministerio de Hacienda y Presupuestos, a la Jefatura de Estado y finalmente a la Tesorería General del Estado para su desembolso. Para estos desembolsos el plazo es indefinido.

5.2. Agencias de cooperación, financistas y aliados.

El compromiso de estas instituciones con el desarrollo sostenible y la mitigación del cambio climático podrían contribuir a la continuidad del proyecto dentro del marco de programas de ayuda o cooperación alineados con la reducción de emisiones.

5.3. Público en general.

Entre los públicos objetivos identificados se ha procedido al análisis descriptivo situacional cuantitativo del público en general con el objeto de determinar percepciones en relación al cambio climático.

Existe la necesidad de modificar percepciones y mejorar la formación con respecto a la mitigación del cambio climático y la reducción de emisiones. En especial las percepciones relativas a las acciones personales para la mitigación del cambio climático. Un **19%** de la población realiza acciones personales sin importar que lo hagan otros; un **13%** realiza acciones personales solo si lo hacen otros; un **23,9%** no realiza acciones porque no sabe que puede hacer; un **20,9 %** no realiza acciones, aunque sabe lo que puede hacer estima que su entorno no se lo permite; un **4,2%**

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

no realiza acciones ya que otros tampoco lo hacen y un **7,7%** no está interesado en la mitigación del cambio climático.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Realiza acciones sin importar otros	76	18,95 %
Realiza acciones solo si lo hacen otros	53	13,22 %
No realiza acciones. No sabe que hacer	96	23,94 %
No realiza acciones. No lo permite el entorno	84	20,95 %
No realiza acciones. Otros no lo hacen	17	4,24 %
No esta interesado	44	10,97 %
NS/NR	31	7,73 %
N(Total casos)	401	100 %

Tabla 10: Percepción de la población_ acciones personales para la mitigación del cambio climático

5.4. Identificación del público objetivo en función de su importancia para los objetivos específicos

Público Objetivo	Objetivo Específico 1: Necesidad de mejora del marco legal	Objetivo Específico 2: Alineación del proyecto con el desarrollo sostenible	Objetivo Específico 3: El proyecto como modelo de gestión humana e institucional	Objetivo Específico 4: Empoderamiento de grupos en riesgo de exclusión	Objetivo Específico 5: Hábitos para la reducción de emisiones
Articuladores de políticas públicas					
Agencias de cooperación, financistas y aliados					

Público en general					
---------------------------	--	--	--	--	--

Tabla 11: Identificación de públicos objetivos en función de los objetivos específicos

	Muy importante		Moderadamente importante		Poco importante
--	----------------	--	--------------------------	--	-----------------

Importancia según objetivos específicos

6. MENSAJES CLAVE

6.1. Mensaje central

El mensaje central se compone de una serie de conceptos sobre los que se basa la comunicación con aliados estratégicos y públicos objetivo además de recoger toda la

La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero es prioritaria para la contención de la actual emergencia climática. Limitar el calentamiento global por debajo de 1,5°C requiere de una gobernanza que priorice las acciones institucionales que permitan crear el entorno óptimo para su consecución así como el compromiso de toda la población.

información más importante para el éxito de la Visión a Largo Plazo.

El mensaje central se descompone en mensajes específicos según la estructura de objetivos específicos del proyecto. Siguiendo esta estructura los mensajes específicos se descomponen según:

- Condiciones o retos que superar (objetivo específico 1).
- Resultados definidos para el proyecto (objetivo específico 2).
- Oportunidad o motivación para alcanzar resultados (objetivo específico 3).
- Beneficiarios por resultado (objetivo específico 4).
- Mensaje por resultado (objetivo específico 5).

6.2. Mensajes específicos

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

Desde los mensajes específicos emanan los diferentes mensajes clave de la estrategia.

1. Un marco legal e institucional mejorado contribuye a reforzar la gobernanza de la gestión medioambiental y de la reducción de emisiones a largo plazo favoreciendo la mitigación del cambio climático y el desarrollo sostenible del país.
 - a. Las acciones para la reducción de emisiones GEI favorecerán la diversificación hacia las economías verde y azul.
 - b. Las acciones para la reducción de emisiones GEI favorecerán a la atracción de IED y a la Cooperación Internacional al Desarrollo.
 - c. Las acciones para la reducción de emisiones GEI limitarán las inversiones e importaciones no sostenibles a largo plazo así como la dependencia de tecnologías con alta huella de carbono.
 - d. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán un mejor control de los focos de emisiones con la imposición de tasas a la combustión de CO₂.
 - e. Las acciones para la reducción de emisiones GEI garantizarán el uso sostenible de los recursos naturales y el respeto a su tasa de regeneración, favoreciendo el aumento de las reservas de carbono y garantizando la seguridad alimentaria.

2. La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero conduce a Guinea Ecuatorial a alcanzar objetivos específicos del PNDES 2035, de su Contribución Nacional Determinada al Acuerdo de Paris y metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15 y 17.
 - a. Las acciones para la reducción de emisiones GEI favorecerán el acceso a una energía asequible y sostenible para todos.
 - b. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades mejorando la calidad del aire y la gestión de desechos.

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

- c. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán ofrecer alternativas de movilidad más sostenibles así como la generación de ingresos con la mejora del transporte público.
3. La Visión a Largo Plazo pretende implementar un modelo de gestión de emisiones para todas las zonas del país contribuyendo a reforzar la gestión medioambiental en diferentes instituciones.
 - a. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán garantizar modalidades de consumo y producción sostenible.
 - b. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán implementar la Responsabilidad Extendida del Productor e Importador de determinados productos al final de su vida útil.
 - c. Las acciones para la reducción de emisiones GEI favorecerán a la reducción de la generación de desechos mediante acciones de prevención, reducción, reciclado y reutilización.
4. La reducción de emisiones contribuye a generar una cultura de ahorro y aprovechamiento de recursos con oportunidades para la población en riesgo de exclusión en especial; mujeres, jóvenes y comunidades marginadas.
 - a. Las acciones para la reducción de emisiones GEI fortalecerán el gasto en I+D para la sostenibilidad medioambiental e impulsarán industrias con modalidades de producción más sostenibles.
 - b. Las acciones para la reducción de emisiones GEI permitirán aumentar los beneficios económicos del uso sostenible de los recursos marinos mediante la gestión sostenible de la pesca y el turismo.
 - c. Las nuevas economías e industrias favorecerán a la revalorización del capital humano y generarán nuevos empleos.
 - d. Las acciones para la reducción de emisiones GEI favorecerán a la reducción de la pobreza y la desigualdad promoviendo el acceso a nuevos servicios.
5. Las acciones para la reducción de emisiones contribuyen a proteger nuestras comunidades y entornos garantizando un futuro sostenible para las acciones venideras. Puedes comenzar a actuar ahora.

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

Este último mensaje específico en la fase de lanzamiento se centra en las acciones para la reducción de emisiones que la población puede realizar desde ahora sin esperar a que las acciones de los sectores estratégicos se hayan completado como por ejemplo, el ahorro energético. Las emisiones de GEI de Guinea Ecuatorial en el año 2021 alcanzaron a un total de 17.037,45 Gg de CO₂ Eq. de las cuales aproximadamente el 62% corresponden a emisiones generadas en el sector de la energía según refleja su última CDN.

- a. Las emisiones de gases de efecto invernadero son la principal causa del calentamiento global del planeta y por ende del cambio climático.
- b. La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero garantiza un futuro sostenible del planeta.
- c. La reducción de emisiones de gases de efecto invernadero mejora la calidad de nuestro entorno garantizando la salud y el bienestar de la población.
- d. El uso eficiente de la energía contribuye a la reducción de emisiones.
- e. El consumo responsable contribuye a la reducción de emisiones.

6.3. Identificación de mensajes en función de su relevancia según los aliados estratégicos y público objetivo.

Aliados estratégicos y Público Objetivo	Mensaje Específico 1: Necesidad de mejora del marco legal e institucional	Mensaje Específico 2: Alineación del proyecto con el desarrollo sostenible	Mensaje Específico 3: El proyecto como modelo de gestión humana e institucional	Mensaje Específico 4: Empoderamiento de grupos en riesgo de exclusión	Mensaje Específico 5: Hábitos para la reducción de emisiones
Sectores de intervención GEI					
Medios de comunicación					
Instituciones público/privado/Sociedad Civil					

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

Academia					
Articuladores de políticas públicas					
Agencias de cooperación, financistas y aliados					
Público en general					

Tabla 12: Identificación de mensajes en función de su relevancia según los aliados estratégicos y público objetivo

	Muy relevante		Moderadamente relevante		Poco relevante
--	---------------	--	-------------------------	--	----------------

Relevancia según aliados estratégicos y público objetivos

7. SELECCIÓN DE ACTIVIDADES Y MEDIOS

Las actividades y medios están diseñados para la capacitación y sensibilización de los diferentes públicos objetivos en la reducción de emisiones así como para transmitir la información generada durante la implementación de la Visión a Largo Plazo, promoviendo tanto el seguimiento continuo de las metas logradas y metas por alcanzar como la adopción de hábitos que refuercen el éxito del proyecto.

Modalidad directa	<ul style="list-style-type: none"> Seminarios de gestión de emisiones (personal de empresas/sociedad civil, funcionarios, docentes y medios) Sensibilización directa a grupos en riesgo de exclusión (mujeres, jóvenes, colectivo LGTBIQ+, tercera edad) Edición e impresión de materiales didácticos Iniciativas de participación ciudadana
Modalidad mediática	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de marca Sitio web Redes sociales Desarrollo audiovisual Campañas específicas Desarrollo de folletos y guías medioambientales Desarrollo de historias de éxito
Gestión de medios	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación en gestión de la comunicación Capacitación en Competencias TIC

Tabla 13: Clasificación por modalidad de actividad comunicacional

7.1. Modalidad directa

La modalidad directa contribuye a dar a conocer a los diferentes públicos objetivos con una mayor asimilación de los mensajes dado que esta modalidad permite aclarar dudas y percepciones erróneas. A su vez coadyuvan a generar contenido mediático para una mayor repercusión.

Las actividades y medios:

- Seminarios de gestión de emisiones. Destinados a aliados estratégicos: empresas, sociedad civil, funcionarios, medios de comunicación nacionales y academia.
- Sensibilización directa. Destinada a población en riesgo de exclusión: mujeres, colectivo LGTBIQ+, tercera edad y población rural. Gestionada por aliados estratégicos.
- Edición e impresión de materiales didácticos. Destinados a la población estudiantil para su utilización a través del aliado estratégico academia. Estos materiales didácticos deberán estar sujetos a un plan de reutilización. En la Visión a Largo Plazo se debe procurar la reducción del uso de papel.
- Iniciativas de participación ciudadana. Destinadas al público general con el objetivo de ofrecer oportunidades de empleo y emprendimiento en torno a la comunicación para la reducción de emisiones. Tales como la selección de una aplicación para la huella de carbono o selección de generadores de contenido para redes. Actividad gestionada por aliados estratégicos.

7.2. Modalidad mediática

La modalidad mediática está diseñada para llegar al gran público. Con una mayor presencia de productos digitales dado que la comunicación digital paulatinamente se

va posicionando por delante de los medios nacionales tradicionales. Al mismo tiempo los productos digitales multiplican su alcance más allá de la zona de implementación del proyecto.

Las actividades y medios:

- Diseño de marca. La reducción de emisiones implica a diversos públicos que a su vez son actores para la consecución del objetivo principal. El diseño de marca es la base para agrupar a todos los actores bajo el mismo proyecto mostrando su implicación y avances. La marca y lo que representa aúna a los diferentes actores.
- Sitio Web. Realizado en función de la marca es la base de cualquier plan de comunicación mediática digital. Un lugar dónde todos los sectores de intervención tengan su espacio y donde los diferentes públicos pueden encontrar la información completa y adecuada para fomentar su modificación de hábitos.
- Redes sociales. Para la captación y atracción de los diferentes públicos. Canal de WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y TikTok (sólo para campañas específicas)
- Desarrollo audiovisual. Generación de contenido para redes sociales y programas de sensibilización en medios de comunicación nacionales.
- Campañas específicas. Focalizadas en acciones específicas que pueden ser adoptadas por el público general.
- Desarrollo de folletos y guías medioambientales. Considerando tanto el aumento de la accesibilidad de la población a las nuevas tecnologías como la gran cantidad de folletos que se realizan para diferentes campañas y que finalmente son desechados sin ser utilizados, estos materiales serán accesibles en versión digital. La Visión a Largo Plazo debe fomentar la reducción del uso del papel.
- Desarrollo de historias de éxito. Seguimiento en el tiempo de las acciones implementadas por los sectores de intervención GEI y otros aliados estratégicos.

7.1. Gestión de medios

Para poder implementar la comunicación estratégica se precisa de la creación de departamentos o secciones de comunicación en los diferentes sectores de intervención GEI, así como una Dirección General de Comunicación de Lucha contra

el Cambio Climático afecta al Ministerio de Bosques y Medio Ambiente, que pueda coordinar la comunicación entre los nuevos sectores institucionales que se precisan para la reducción de emisiones y los sectores de intervención GEI.

Las acciones y medios están destinados a los departamentos de comunicación de los diferentes sectores de intervención:

- Capacitación en la gestión de la comunicación y de medios. Para la creación de planes de comunicación alineados con la Visión a Largo Plazo.
- Capacitación en Competencias TIC. Necesaria para facilitar y establecer flujos de trabajo en remoto evitando desplazamientos.

8. PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

El plan de acción recoge los plazos recomendados para cada actividad dentro de la implementación de la Visión a Largo Plazo con el fin de mantener el enfoque táctico de la estrategia.

El plan de acción se divide en dos fases:

- Fase I - Lanzamiento. Todas las acciones de comunicación deben iniciarse en esta fase. Se caracteriza por acciones de comunicación numerosas y frecuentes dado que se precisa alcanzar el impacto inmediato antes de la finalización de esta fase. La reducción de emisiones en este periodo ha de ser mayor.
- Fase II - Consolidación. Si bien este periodo el más largo los esfuerzos realizados en la primera en el refuerzo de la marca e imagen de la Visión a Largo deben propiciar que el costo por acciones sea más bajo.

8.1. Acciones y presupuesto

* Estimación en millones USD

Modalidad	Actividad o Producto	Responsable	Inicio	Estimación* Fase I	Estimación* Fase II
Mediática	Diseño de marca	MBMA	2024	0,5	0,1
Directa	Seminarios de Gestión de Emisiones	MBMA	2024	3,8	3,8
Gestión de medios	Capacitación en gestión de la comunicación	MBMA	2024	0,4	0,1

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

Gestión de medios	Capacitación en Competencias TIC	MBMA/MTCNTIC	2024	0,4	0,2
Mediática	Sitio Web	MBMA/Sectores de Intervención GEI	2025	0,3	1,2
Mediática	Redes sociales	MBMA	2025	0,6	1,2
Mediática	Desarrollo audiovisual	MBMA/Medios de Comunicación	2025	5,5	3
Mediática	Desarrollo de folletos y guías medioambientales	MBMA	2025	0,5	0,5
Mediática	Campañas específicas	MBMA/Sectores de Intervención GEI	2025	3,5	6,5
Directa	Iniciativas de participación ciudadana	MBMA/Aliados estratégicos	2025	1,5	3,5
Directa	Sensibilización directa grupos en riesgo de exclusión	MBMA/Sociedad civil	2026	4,2	8,4
Directa	Edición e impresión de materiales didácticos	MBMA/Academia	2026	2,46	1,2
Mediática	Desarrollo de historias de éxito	MBMA/Sectores de Intervención GEI	2026	0,5	0,5
TOTAL				23,76	30,2

Tabla 14: Plan de acción y presupuesto estimado

8.2. Monitoreo y evaluación

El plan de monitoreo y evaluación permitirá conocer si la comunicación estratégica avanza según las expectativas. Al tratarse de un proyecto de larga duración se establecen los siguientes plazos de monitoreo y evaluación.

- **Monitoreo y evaluación 1.** A realizar a final de 2024. Incluye la revisión y adecuación de la comunicación estratégica a las estrategias operacionales de la visión.
- **Monitoreo y evaluación 2.** A realizar a final de 2026.
- **Monitoreo y evaluación 3.** A realizar a final de 2030.
- **Monitoreo y evaluación 4.** A realizar a final de 2034.
- **Monitoreo y evaluación 5.** A realizar a final de 2039.
- **Monitoreo y evaluación 6.** A realizar a final de 2044.

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

La recopilación de datos será realizada por los responsables de cada actividad y su análisis e informe correspondiente será realizado por especialistas en Monitoreo y Evaluación. El presupuesto estimado para actividades de monitoreo y evaluación es de 100,000 USD.

Actividad	Definición	Tipo	Base	Objetivo
Seminarios de Gestión de Emisiones	Numero de personal de aliados estratégicos que reciben formación	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: 600 ME2: 3000 ME3: 5500 ME4: 8500 ME5: 11000 ME6: 14000
Capacitación en gestión de la comunicación	Numero de personal de sectores de intervención que reciben capacitación	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: 100 ME2: - ME3: - ME4: - ME5: - ME6: -
Capacitación en Competencias TIC	Numero de personal de sectores de intervención que reciben capacitación	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: 100 ME2: - ME3: - ME4: - ME5: - ME6: -
Sitio Web	Numero de publicaciones de sectores de intervención	Resultado Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 240 ME3: 500 ME4: 800 ME5: + 1000 ME6: -
Campañas específicas	Numero de campañas específicas realizadas	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 6 ME3: 12 ME4: 24 ME5: 34 ME6: 50
Iniciativas de participación ciudadana	Numero de iniciativas de participación ciudadana realizadas	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 3 ME3: 9 ME4: 15 ME5: 25 ME6: 35
Sensibilización directa grupos en riesgo de exclusión	Numero de grupos (10) en riesgo de exclusión que reciben sensibilización	Producto Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 100 ME3: 300 ME4: 800 ME5: 1500 ME6: 2000

Estrategia de comunicación para la Visión a Largo para la Reducción de Emisiones en Guinea Ecuatorial

Edición e impresión de materiales didácticos	Número de centros educativos que ofrecen educación formal sobre la reducción de emisiones	Resultado Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 30 ME3: 90 ME4: 180 ME5: 215 ME6: 235
Desarrollo de historias de éxito	Número de historias de éxito desarrolladas	Resultado Fuente: Elaborada	0	ME1: - ME2: 3 ME3: 9 ME4: 15 ME5: 25 ME6: 35

Tabla 15: Indicadores de monitoreo y evaluación

Se precisan indicadores medioambientales que permitan medir la consecución de objetivos de la estrategia de comunicación.

Principales indicadores medioambientales requeridos

- Media nacional de la huella de carbono personal. Indicador base para el primer monitoreo y evaluación programado.
- Total de emisiones GEI nacionales. Revisiones anuales. Base 2021 = 17.037,45 Gg de CO₂ Eq.

9. REFERENCIAS

1. INEGE. Anuario estadístico de Guinea Ecuatorial 2022
2. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Bosques Medio Ambiente (MAGBMA). Contribuciones Determinadas a nivel Nacional. Malabo, Marzo de 2022.
3. República de Guinea Ecuatorial. Informe Nacional Voluntario Guinea Ecuatorial 2022.
4. República de Guinea Ecuatorial. Agenda Guinea Ecuatorial 2035. Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible

2024



BMZ



Ministerio Federal de
Cooperación Económica
y Desarrollo

