



**AGENCIA
ESTATAL DE
INVESTIGACIÓN**

**Plan de
Comunicación y
Transparencia de
la Agencia
Estatal de
Investigación.**

Introducción.....	2
1. Estrategia y Plan de comunicación	3
2. Gestión de la comunicación institucional	5
3. Instrumentos de comunicación y difusión.....	6
4. Programas de la Agencia en materia de comunicación y transparencia	7
4.1 Comunicación.	7
A. Comunicación interna	7
B. Comunicación externa	8
4.2 Transparencia.	11
A. Página web	11
B. Información de ayudas concedidas	13

Introducción

El Real Decreto 1067/2015, de 27 de noviembre, creó la Agencia Estatal de Investigación y aprobó su Estatuto. Su constitución efectiva se produjo el 20 de junio de 2016, con la reunión constitutiva de su Consejo Rector. Desde el 1 de julio de 2017 cuenta con autonomía plena tras disponer de un presupuesto propio.

El artículo 5 del Estatuto de la Agencia establece que para el cumplimiento de su objeto y fines, la Agencia realizará, entre otras funciones: *“la comunicación y difusión de los resultados de las evaluaciones realizadas, de los resultados de sus actividades, y de los resultados de la investigación financiada por la Agencia”*.

De igual manera, el Plan de Acción Anual 2017 aprobado por el Consejo Rector de la Agencia Estatal de Investigación, recoge entre sus ejes de actuación la elaboración de:

- **Plan de difusión y comunicación**, que reúna las iniciativas a adoptar para potenciar la imagen de la Agencia, dar a conocer sus actividades, su financiación, sus resultados y las formas de colaboración con otros agentes del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación.
- **Plan de Transparencia**, en todas las actividades administrativas y cumplimiento de las obligaciones de buen gobierno por parte de los responsables públicos de la Agencia, así como la rendición de cuentas y compromisos para presentar la información precisa y completa sobre los resultados y procedimientos utilizados en la gestión.

Así pues, el Plan de Transparencia recogido en el Plan de Acción debe ir necesariamente en paralelo al Plan de Comunicación, estableciendo los canales de información de interés a la ciudadanía y dando a conocer todas las actuaciones realizadas por la Agencia.

La Agencia Estatal de Investigación requiere de actividades de comunicación que respondan a una estrategia que contenga la trasmisión de los mensajes claves, su misión y sus proyectos e iniciativas.

Este documento pretende ser una hoja de ruta que permita abordar estos objetivos y otros más específicos, a través de la implementación de herramientas de comunicación dinámicas que se ajusten a las situaciones de cada momento.

1. Estrategia y Plan de comunicación

La Agencia Estatal de Investigación es un organismo nuevo que debe ocupar el espacio que le corresponde como una de las agencias financiadoras estatales de la investigación científica y técnica en España reconocidas por la Ley de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, y ha de convertirse en una referencia en su campo. Por tanto, **su estrategia de comunicación** debe ir encaminada a:

- Impulsar la visibilidad corporativa de la Agencia.
- Comunicar los beneficios de la investigación científica a la sociedad a través de los proyectos que se financian y contribuir a la creación de un entorno favorable a la inversión en I+D+i.
- Crear la imagen y marca de la Agencia como agente financiador, además de como entidad dinamizadora de la actividad económica y generadora de conocimiento.

Con este punto de partida, la Agencia Estatal de Investigación se desarrolla en un entorno informativo en el que interaccionan diferentes planos: a) el nacional, como entidad referente de la financiación de la investigación científica; b) europeo, como nuevo e importante actor del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación, y c) como entidad estatal con presencia autonómica a través de las universidades y centros de investigación que financia.

Así pues, atendiendo a los objetivos estratégicos, **el Plan de comunicación y las actuaciones de transparencia de la actividad de la Agencia** deben establecer los canales precisos que favorezcan la participación y el diálogo entre el personal de la Agencia (comunicación interna), la comunidad científica, los medios de comunicación y la sociedad (comunicación externa).

Mensajes a transmitir.

El público al que se quiere llegar es amplio y variado, y aunque inicialmente el principal destinatario es la comunidad científica y tecnológica española, el objetivo es hacerse presente en la sociedad en general.

Por esta razón, es necesario transmitir algunos mensajes destinados al público en general, que se han resaltado durante el proceso de constitución de la Agencia y que aún siguen siendo válidos, para adquirir entidad propia, como pueden ser:

- La Agencia es una de las principales entidades destinadas a la financiación de la ciencia en España.
- La puesta en marcha de la Agencia es una de las principales reformas de los últimos años en materia de I+D+i.
- La Agencia confluye con el modelo existente en mayoría de los países de la Unión Europea.
- La Agencia facilita un modelo de gestión de la financiación más eficiente y flexible, más transparente y más autónomo, sin perjuicio de un exigente sistema de control de cuentas.
- La Agencia mejora la eficiencia de la financiación pública de la investigación, gracias a la adopción de criterios de evaluación y asignación internacionalmente reconocidos y modelos de seguimiento de las actuaciones financiadas basados en la obtención de resultados y la optimización de los mismos.
- La Agencia facilitará la planificación de las actuaciones públicas de fomento de la investigación, simplificando los procedimientos administrativos de evaluación, concesión, seguimiento científico y económico de las ayudas.
- La Agencia realizará una planificación plurianual de sus actividades de financiación, evaluación y seguimiento, fijando los objetivos a alcanzar a medio plazo.
- La Agencia permite captar recursos privados para financiar la I+D+i de manera sencilla, como ocurre en otros países de nuestro entorno.

2. Gestión de la comunicación institucional

El departamento de Comunicación de la Secretaría de Estado de I+D+i, en coordinación con la Secretaría General de la Agencia, establecerá la política de comunicación de la Agencia para adoptar las medidas de difusión más convenientes para cada actividad.

Al no disponer aún de equipo de comunicación propio, la **comunicación externa** con los medios la continuará asumiendo el citado departamento, realizando las siguientes funciones:

- ✓ Interlocución con los medios de comunicación (periodistas).
- ✓ Redacción y difusión de notas de prensa y ruedas de prensa.
- ✓ Organización de eventos.
- ✓ Coordinación de los materiales de difusión.
- ✓ Puesta en marcha y potenciación de la comunicación *online* (página web y redes sociales).

Junto a los objetivos anteriores, es necesario atender la **comunicación interna** e implicar al personal de la Agencia con el objeto de mejorar la cohesión, incrementar la colaboración, favorecer las sinergias y el entendimiento mutuo.

Por ello, la comunicación y la participación de todos han de ser una parte inherente a la organización, ya que es necesario que el personal de la Agencia se sienta involucrado en este proceso y se consideren así mismos como miembros activos y no solo como meros receptores de información.

3. Instrumentos de comunicación y difusión

Entre los principales instrumentos de comunicación y difusión tenemos que resaltar la página web de la Agencia, la participación en las redes sociales y la Sede electrónica.

Página web. La web es una de las principales herramientas de difusión y el elemento estratégico central, ya que recoge toda la información y actividades realizadas por la Agencia. Actualmente, se dispone de una página web provisional alojada en la de la Secretaría de Estado de I+D+i, y en la que están recogidos todos los contenidos y actuaciones de la Agencia: <http://www.aei.gob.es>

El objetivo es disponer a corto plazo de una página web con personalidad propia, que potencie y de singularidad a la imagen de la Agencia, y se convierta en el vehículo de los ejes recogidos en el Plan de Acción Anual: el Plan de Transparencia y el Plan de Comunicación.

La página web se deberá complementar con una Intranet que facilite la comunicación interna en el seno de la Agencia, así como con su Consejo Rector y su Comité Científico y Técnico. Hasta tanto se implemente, la Agencia utiliza la Intranet del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, gracias al régimen de servicios comunes que ambas entidades tienen implantado.

Redes Sociales. Hoy en día, la comunicación se desarrolla en un marco cambiante en el que las redes sociales juegan un papel cada vez más importante. Es necesario seleccionar aquellas que más interés tengan para los objetivos de la Agencia, partiendo de la necesidad de la ciudadanía de una información presentada de forma inmediata, enlazada y compartible. Actualmente ya está activo el perfil de la Agencia en Twitter, cuyo nombre es @AgEInves. El objetivo a medio plazo es incrementar el número de publicaciones sobre la actividad de la Agencia y con ello hacer visible el trabajo realizado en ella. No está prevista la creación de perfiles del organismo en más redes sociales.

Sede Electrónica. La Sede electrónica es el instrumento de comunicación oficial con los solicitantes y beneficiarios de las ayudas de la Agencia.

La Agencia no dispone de Sede Electrónica propia, integrando todos sus procedimientos y vías oficiales de comunicación a través de la Sede Electrónica del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, gracias al régimen de servicios comunes que ambas entidades tienen implantado.

4. Programas de la Agencia en materia de comunicación y transparencia

4.1 Comunicación.

La Agencia ha de ser capaz de involucrar a sus trabajadores, la comunidad científica, los medios de comunicación y a la sociedad.

A. Comunicación interna

Las acciones a emprender serán, entre otras, las siguientes:

- Creación y consolidación de canales internos de comunicación en la organización, a través de los correos corporativos y de la Intranet. A través de estos canales se informará sobre cuestiones de interés para el personal, como:
 - ✓ Plan de Formación y convocatorias de cursos.
 - ✓ Plan de Acción Social.
 - ✓ Manual de Bienvenida.
 - ✓ Manuales de procedimiento de la Agencia.
 - ✓ Concursos de traslado y ofertas de empleo.

- Reuniones periódicas tanto generales como por unidades, para informar al personal de las actividades de la Agencia, el Plan de Acción Anual e Informe General de Actividad Anual, o cualquier otra cuestión que resulte de interés para el personal o la organización.

B. Comunicación externa

La Agencia reforzará las relaciones con el ciudadano y los potenciales beneficiarios de las actuaciones de la Agencia a través de un sistema de atención directa y lo más personalizada posible.

Así mismo, se realizará una difusión de las actividades de la Agencia para mejorar la visión del trabajo en la comunidad científica y en el resto de la sociedad española. Para todo ello se van a realizar las siguientes acciones:

B1. Difusión *online* (Twitter y página web):

- Mantenimiento de un servicio de Atención al Ciudadano (*Call Center*), compartido con el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, al que se dará un fácil acceso desde la página web.
- Realización de "*mailing*" a todos los contactos de la Agencia, a través de los correos corporativos de la Agencia, para la comunicación de asuntos de su interés.
- Publicación *online* del nuevo Plan Estatal 2017-2020, para que todos los usuarios tengan una información pormenorizada de su contenido.
- Publicación online del programa de Actuación Anual de la Secretaría de Estado de I+D+i en el que se recogen todas las convocatorias anuales del Plan, incluyendo las de la propia Agencia.
- Publicación *on line* de los calendarios de las convocatorias gestionadas por la Agencia, lo que servirá para informar del grado de ejecución de las convocatorias de su competencia.
- Publicación *on line* de los principales hitos de cada convocatoria de ayudas (publicación, apertura de plazos, propuestas de resolución, resolución definitiva, etc).
- Publicación de notas de prensa sobre las actividades de la Agencia.
- Publicación en la página web del Plan de Acción Anual y de los informes de actividad de la Agencia.

B2. Organización de actos y reuniones informativas en la Sede de la Agencia.

Las convocatorias de ayudas y sus procesos de concesión y seguimiento son el centro neurálgico de la actividad de la Agencia Estatal de Investigación. Por este motivo, es importante renovar y mantener un mayor contacto con los posibles solicitantes y beneficiarios de las ayudas.

Para ello se van a realizar las siguientes acciones informativas, tanto por iniciativa propia, como a requerimiento de los centros de I+D:

- Reuniones, charlas y seminarios de presentación de las convocatorias anuales, explicando su calendario, sus novedades y requerimientos, en comparación con las convocatorias de años anteriores, y resolviendo las dudas y preocupaciones que puedan surgir a los posibles solicitantes. Jornadas y seminarios que faciliten a los beneficiarios el cumplimiento de sus obligaciones en materia de justificación científico-técnica y económica de las ayudas.
- Jornadas y seminarios que mejoren el proceso de Gestión de los Fondos europeos FEDER/FSE.

B3. Participación de la Agencia Estatal de Investigación en eventos dirigidos a la comunidad científica.

La Agencia tiene el deber de explicar y difundir cuál es su misión y las actividades que realiza. Por esta razón, es necesario mantener nuestra presencia en eventos dirigidos a la comunidad científica, con objeto de mejorar la visión de las actividades de la Agencia.

Para ello, se promoverá la presencia de la Agencia en:

- Congresos, seminarios y jornadas de promoción, difusión y divulgación científica, por invitación de otros organismos españoles e internacionales.
- Cursos de verano.
- Presentaciones y mesas redondas.
- Reuniones con asociaciones representativas de la comunidad científica.
- Cualesquiera otros actos científicos o institucionales relacionados con la actividad de la Agencia.

B4. Presencia en diversos medios de comunicación.

La Agencia debe difundir el trabajo realizado y dar a conocer sus actividades dentro del Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación. Para ello, y con la colaboración y asesoramiento del departamento de Comunicación de la Secretaría de Estado de I+D+i realizara las siguientes acciones:

- Concesión de entrevistas a los órganos directivos en medios de comunicación: prensa escrita, radio y TV.
- Colaboración en programas divulgativos, e inserción de artículos en medios de prensa.

4.2 Transparencia.

La Agencia Estatal de Investigación adoptará las medidas necesarias para garantizar la máxima transparencia en el ejercicio de sus funciones. Para ello utilizará los siguientes canales:

A. Página web

Se publicara en la página web información actualizada de:

- Estructura orgánica y funcional de la Agencia; composición de sus órganos colegiados (Consejo Rector, Comisión de Control y Comité Científico y Técnico); reseñas curriculares de los órganos directivos de la Agencia; directorio de teléfonos y correos electrónicos institucionales.
- Convocatorias que gestiona, con acceso a toda la información relevante sobre las mismas, los calendarios de solicitud, enlaces a las aplicaciones, sistemas y modelos de justificaciones, etc.
- Relación actualizada de colaboradores científicos-técnicos externos de la Agencia, incluyendo sus referencias curriculares.
- Información sobre los expertos que han participado en los distintos procesos de evaluación de las convocatorias.
- Datos estadísticos de las ayudas concedidas.
- Resultados de la evaluación "ex post" de las convocatorias de ayudas.

Plan de Comunicación y Transparencia de la Agencia Estatal Investigación.

- Se publicarán también otros datos relevantes de la actividad de la Agencia, como:
 - ✓ Estatutos de la Agencia y otra normativa relevante.
 - ✓ Contrato de Gestión, Plan de Acción Anual e Informe General de Actividad Anual.
 - ✓ Cuentas anuales.
 - ✓ Protocolos de elección de colaboradores y protocolo de evaluación.
 - ✓ Manual de procedimientos.
 - ✓ Plan de Comunicación y Transparencia.
 - ✓ Acuerdos, convenios y encomiendas de gestión suscritos con otras entidades.
 - ✓ Actividades de prestación de servicios.
 - ✓ Orden de precios públicos y tarifas para encomiendas de gestión.
 - ✓ Relación de patronatos, comités nacionales e internacionales y órganos colegiados de otras instituciones en que participan representantes de la Agencia.
 - ✓ Perfil del contratante.
 - ✓ Ofertas de empleo.

- Se mantendrá información pública y actualizada del calendario de actividades de la Dirección de la Agencia, así como información sobre los actos más relevantes de otros órganos directivos.

B. Información de ayudas concedidas

Además de la información sobre las ayudas concedidas que constará en el apartado "convocatorias" de la página web y de los datos estadísticos de ayudas concedidas que constará también en la web, la Agencia mantendrá información actualizada de ayudas y subvenciones en la Base de Datos Nacional de Subvenciones, donde constará:

- ✓ Textos de las convocatorias.
- ✓ Ayudas concedidas.
- ✓ Pagos realizados.
- ✓ Expedientes de reintegro y sancionadores tramitados.