



Co-founded by the
European Union's
Asylum, Migration
and Integration
Fund



EPIC - PRÁCTICAS EUROPEAS PARA LA INTEGRACIÓN Y LA ATENCIÓN Mejorar las formas alternativas de atención a niños/as migrantes no acompañados

-
N. 863767

DIRECTRICES PARA LA DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS 07 de abril 2021

Título de la publicación	Directrices para la difusión de los servicios Español
Publicación Nº	D4.2/D69
Fecha	07/04/2021
Versión	Borrador 2





Directrices para la Difusión de los Servicios

CONTEXTO

El proyecto "*EPIC - PRÁCTICAS EUROPEAS PARA LA INTEGRACIÓN Y LA ATENCIÓN. Mejorar las formas alternativas de atención a niños/as migrantes no acompañados - N. 863767*" tiene como objetivo apoyar la mejora de los sistemas alternativos de atención en Europa, reconocidos internacionalmente como la opción más viable para una integración de calidad de los/as niños/as migrantes y para toda la sociedad.

El proyecto, implementado en Italia, España, República Checa y Suecia, tiene 3 objetivos:

1. Fomentar el intercambio de buenas prácticas y metodologías para las formas alternativas de atención a los/as niños/as migrantes no acompañados;
2. Mejorar las competencias y la información de los principales actores para la difusión de los servicios de asistencia;
3. Mejorar la eficacia y la calidad de los servicios ofrecidos a los/as niños/as migrantes no acompañados.

El pilar del proyecto es el intercambio de buenas prácticas a través de la organización de 7 visitas de terreno y las evaluaciones de la calidad de los sistemas de atención a nivel local. 120 profesionales, 60 cuidadores en la acogida infantil y 220 niños no acompañados se benefician de las sesiones de formación e información basadas en el intercambio de prácticas y la puesta en valor del programa de formación desarrollado dentro del proyecto FORUM, galardonado por la UE y del modelo de la MEDICIÓN DEL IMPACTO.

Por último, un **grupo de trabajo de expertos** garantiza la difusión de los servicios mediante la mejora de la calidad y la cantidad de las plazas de acogida. Se pone en marcha una campaña de sensibilización para encontrar familias de acogida; el sector privado también está llamado a contribuir a la integración de los/as niños/as proporcionando formación profesional y oportunidades de becas/prácticas.

El Proyecto prevé la elaboración de **Directrices para la difusión de los servicios**, un plan para difundir los servicios de acogida basado en una campaña masiva de sensibilización que se difundirá en formato electrónico y en cuatro idiomas: inglés, italiano, español y checo.



DIRECTRICES/INDICACIONES

Cada socio del proyecto a cargo de esta actividad es responsable de la elaboración, promoción e implementación del plan de difusión de los servicios en su territorio, según cada especificidad¹ local. La diversidad del contexto y del territorio, de los actores presentes y comprometidos en cada país y municipios exigen situaciones y necesidades diferentes.

Conjuntamente, cada socio sigue las indicaciones del proyecto y las directrices financieras.

Además de los/as niños/as migrantes no acompañados, se incluyen también a jóvenes adultos o los que salen de los programas de acogida que a menudo continúan siendo atendidos por la administración o que presentan las mismas dificultades de integración, recepción e inclusión.

Las directrices se detallan para las siguientes actividades de WP4:

1. CREACIÓN DE UN GRUPO DE TRABAJO PARA APOYAR LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INTEGRACIÓN

"FADV facilita y apoya a los socios para ampliar los servicios con el fin de transmitir habilidades y oportunidades para el bienestar de los/as niños/as migrantes no acompañados. Se tienen en cuenta dos aspectos: el acogimiento familiar y la eficacia de la integración. FADV - gracias a su equipo de expertos y profesionales - crea un grupo de trabajo para apoyar la implementación en el Municipio de Palermo y proporciona orientación para Accem y OPU.

El grupo de trabajo está compuesto por: un asesor legal, un experto en etnopsiquiatría, un movilizador comunitario para apoyar la campaña local y la participación del sector privado."

Consejos:

- Cada socio (Accem, OPU y el Municipio de PALERMO) evalúa las necesidades de su territorio y de sus servicios con el fin de identificar el perfil más necesario, ya sea un **asesor legal**, un **experto en etnopsiquiatría**, un **movilizador comunitario**, u otros perfiles que puedan apoyar la difusión de los servicios. En función de las circunstancias pueden resultar más útil un psicólogo que apoya a las familias, un experto en RR.HH. para la inserción laboral y la evaluación del CV o un experto en Responsabilidad Social Corporativa para dialogar con el sector privado. Además, cada socio evalúa y comparte con el Coordinador del Proyecto EPIC la necesidad, si es mejor tener tres o dos expertos.



¹ Y en función de las pautas del proyecto y del Acuerdo de Subvención.

- *Estos 3 expertos deben estar contratados desde el inicio de las actividades (una carta de contratación será firmada por ellos para fortalecer la importancia de su papel y su compromiso). Los criterios de selección son los siguientes:*
 - o conocimiento del territorio y del contexto migratorio,*
 - o experiencia en el trabajo con migrantes,*
 - o conocimiento de los actores presentes en el territorio,*
 - o motivación,*
 - o disponibilidad.*

- *Estos 3 expertos deben ser apoyados en su trabajo como equipo, y el responsable de cada uno de los 3 socios debe promover reuniones y espacios para la discusión y la creación de sinergias y un compromiso más fuerte. Se promueven reuniones periódicas entre el responsable y el resto del personal involucrado para definir las actividades y averiguar las debilidades y las fortalezas, así como los siguientes pasos a seguir.*

2. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN A NIVEL LOCAL ORGANIZADA EN ITALIA, ESPAÑA Y EN LA REPÚBLICA CHECA

"Cada socio lanza una campaña a nivel local para promover la acogida de niños/as migrantes no acompañados. Esta actividad es una conditio sine qua non para difundir los servicios de acogida. La campaña se adapta a contextos regionales que superan los 5.000 habitantes a través de: la radio local, los periódicos y las redes sociales".

Consejos:

- *Cada socio elabora una campaña de acuerdo con los siguientes pasos:*
 - 1. Identificación de los objetivos de la campaña**

Para asegurarse de que estén en sintonía con los objetivos del proyecto y de las directrices europeas de visibilidad del proyecto,
 - 2. Identificación e implicación de los actores de la campaña**

La planificación de una campaña promocional debe comenzar por identificar e involucrar a todas las partes interesadas en el desarrollo de la campaña.
 - 3. Desarrollo del contenido de la campaña**

La campaña debe estar en sintonía con los objetivos del proyecto y seguir cuidadosamente las directrices europeas de visibilidad de proyectos (Art.



22 del Acuerdo de Subvención: información sobre el uso de los fondos europeos y del aviso legal).

4. Selección de los canales más adecuados (carteles, FB, Instagram, televisión local, televisión nacional, radio, etc.). Sin duda, la visibilidad se dará a través de la página web del proyecto EPIC y de todos los socios del proyecto (páginas web y redes sociales), si ayuda a llegar al público objetivo.

5. Establecer un calendario para la difusión de los contenidos

Definir el calendario de acuerdo con los canales elegidos para su difusión.

6. Impresión/producción

Las instrucciones para imprimir o grabar en video deben estudiarse cuidadosamente y con el material elegido se debe realizar una prueba previa para lograr los resultados deseados. El formato para reproducir los vídeos en smartphones, la calidad del vídeo, del audio, de la impresión de los carteles definitivos - todo debe estar adaptado con exactitud al canal elegido para su promoción. Es importante seguir las directrices europeas de visibilidad de proyectos (Art. 22 del Acuerdo de Subvención: información sobre el uso de los fondos europeos y del aviso legal).

7. Difusión de la campaña

Recuerde que todo el arduo trabajo de planificación se puede desperdiciar si la publicidad no es visible para todo el mundo o si es difundido en el lugar equivocado. Además, cuanto más se acerque el mensaje al producto promovido, más efectiva será la campaña.

La selección de los materiales adecuados puede ayudar a difundir el mensaje en todo tipo de ubicaciones y garantizar que los materiales puedan ser instalados fácil y correctamente.

8. Seguimiento y evaluación

Para saber si la campaña está logrando los objetivos definidos al principio y para corregir el enfoque si resulta no ser eficaz.

- Según el documento "*Normas mínimas para el acogimiento familiar de niños/as no acompañados en Italia*"¹², **el boca a boca entre individuos/familias y familias de acogida es la mejor manera de promover un aumento en el número de casos de acogimiento familiar. Los testimonios de las familias de acogida, sus experiencias y la red de contactos detrás de las experiencias son elementos fundamentales e imprescindibles para mostrar que el acogimiento familiar es una experiencia que puede ser compartida por todos y que el acogimiento familiar es una experiencia posible y factible. Es la propia familia la que se convierte en la promotora del servicio de acogida y el mensaje en el cual hay que centrarse es que el acogimiento familiar es una experiencia que las familias puedan vivir. Siempre dentro de los límites de la privacidad y sensibilidad de las familias y de los niños en concreto teniendo en cuenta el contexto del país.**



- **Por lo tanto, una buena campaña de sensibilización debe centrarse en:**
 - o organizar **reuniones con testimonios directos** entre familias y niños/as en acogimiento familiar, facilitando el boca a boca y el networking;
 - o reuniones y **presentación de los servicios y de toda la red;**
 - o un elemento básico de una buena campaña de información y sensibilización es la **deconstrucción de la imagen colectiva de los niños/as y adolescentes migrantes no acompañados:** la deconstrucción debe hacer ver a los/as niños/as lo que son y que la historia del acogimiento familiar es posible porque son niños/as.
Este último punto, incluso si no está previsto como una de las actividades del proyecto, debe tenerse en cuenta a la hora de organizar reuniones, programar eventos y definir el texto de la campaña.
- También es importante **proporcionar información sobre la multitud de opciones con respecto al acogimiento familiar.** Además del acogimiento a tiempo completo, también existe el acogimiento familiar a tiempo parcial o las llamadas "familias/personas de apoyo", limitado a unas pocas horas durante el día o los fines de semana, así como promover propuestas de alojamiento al estilo "Bed & Breakfast" que puedan acercar al joven a vivir una experiencia en un ambiente familiar, pero con un plan de estudios o trabajo acordado fuera de la familia de acogida.

3. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO

"La participación del sector privado, también incluido en el WS1 para la identificación de buenas prácticas con respecto a la integración de menores, comienza a través de contactos y visitas directas organizadas por los socios con el fin de estipular acuerdos y, por lo tanto, la puesta en marcha de nuevas oportunidades."

Consejos:

- Cada socio (Accem, OPU y el Municipio de PALERMO) elabora un mapa de los sectores privados/instituciones/otras OSC - Organizaciones de la Sociedad Civil, etc. Los criterios para priorizar los contactos son: 1. Conocimiento previo del socio; 2. Sector de intervención; 3. Criterios geográficos; 4. Otras experiencias y apoyo prestado. Entre estos contactos se encuentran los participantes de la



mesa redonda virtual o el socio del área RSC- Responsabilidad Social Corporativa de la misma organización.

- La lista se actualiza permanentemente. Todos los contactos que figuran en el listado participan en el proyecto, reciben la Newsletter, en la cual pueden ser mencionados (previa firma de un contrato y del consentimiento de poder ser mencionado) e invitándoles a los eventos y visitas de terreno.

4. LANZAMIENTO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA NIÑOS/AS Y ADOLESCENTES MIGRANTES NO ACOMPAÑADOS

*"Se organizarán talleres de formación profesional de corta duración para que los niños migrantes/ jóvenes adultos reciban orientación para una integración fluida en el mercado laboral. En función del contexto y de las necesidades de los beneficiarios se incluyen, de modo general: Habilidades generales (cómo desenvolverse en un puesto de trabajo y dentro de un horario fijo), canales de búsqueda de empleo, preparación del CV y simulación de entrevistas de trabajo, conocimientos del Microsoft Office, tipos de contratos de trabajo. Beneficiarios: **60** niños/as y adolescentes migrantes no acompañados y acompañados. Además, se ofrecerán **5** becas/prácticas."*

Consejos:

- Cada socio (Accem, OPU y el Municipio de Palermo) define la actividad de la formación profesional (residencial, reunión uno a uno, sesiones plenarias) y establece contactos con los actores del sector privado que podrían apoyar la integración de los niños/as y adolescentes no acompañados en el mercado laboral.
- Los profesionales del grupo de trabajo prestan apoyo y orientación y buscan llegar a acuerdos entre la organización y el sector privado con el fin de incluir los niños/as y adolescentes no acompañados en su base de datos para candidatos a becas/prácticas.
- Los actores del sector privado están constantemente involucrados en el proyecto, informados sobre las actividades, mencionándolos en las comunicaciones (previa firma de un contrato y del consentimiento de poder ser mencionado) e invitándoles a los eventos y visitas de terreno.

5. EVALUACIÓN DE LA DIFUSIÓN DEL SERVICIO



*"El grupo de trabajo elabora las pautas del asesoramiento y una evaluación final. El grupo de trabajo valora la difusión de los servicios bajo los criterios de calidad y cantidad. Considerando las diferentes formas de atención y migración, los socios de cada país siguen, para alcanzar los objetivos en cuanto a los/as niños/as migrantes no acompañados y acompañados, el concepto de **Proyecto de Vida Personalizado** con respecto a los modelos de acogimiento y/o integración.*

*En **Italia**, el Municipio de Palermo pone en marcha 5 nuevas colocaciones en acogimiento familiar y 10 inserciones laborales/escolares.*

*En **España**, Accem pone en marcha 5 nuevas colocaciones en acogimiento familiar y 10 inserciones laborales/escolares.*

*En **la República Checa**, la OPU pone en marcha 5 nuevas colocaciones en de acogimiento familiar y 10 inserciones laborales/escolares."*

Consejos:

- Cada grupo de trabajo (Accem, OPU y el Municipio de Palermo) elabora las pautas del asesoramiento y una evaluación final. Parte de la información necesaria es la siguiente:
 - o Número de contactos con el sector privado
 - o Número de reuniones con el sector privado
 - o Número de niños/as en acogimiento familiar/formas alternativas de asistencia.
 - o Número de niños/as no acompañados en programas de inserción laboral/escolar.
 - o Otros (a especificar).

 - La lista es actualizada y compartida permanentemente entre los 3 expertos y el responsable de cada socio del proyecto.
-