

LIFE\_OPERE

# EFFICIENT MANAGEMENT OF ENERGY NETWORKS

LIFE12-ENV-ES-1173-D4-03-USC-FINAL-ES-20140330

ANEXO-7.2.3.D4-PLAN DE PROMOCIÓN  
Y DIFUSIÓN

## INDICE

1. OBJETO .....	3
2. ANTECEDENTES .....	3
3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	3
3.1. Resumen .....	3
3.2. Duración del proyecto.....	3
4. PLAN DE COMUNICACIÓN :PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO .....	4
4.1. Objetivos .....	4
4.2. Público objetivo .....	5
4.3. Mensajes a comunicar. ....	6
4.4. Estrategia .....	6
4.5. Acciones .....	7
4.6. Cronograma .....	8
4.7. Recursos.....	9
4.8. Presupuesto .....	10
4.9. Indicadores. Metodología de evaluación.....	15
4.10. Requisitos de promoción y difusión de la convocatoria. ....	17



## 1. OBJETO

El objeto de este documento es especificar las características técnicas del plan de promoción y difusión del proyecto europeo titulado “EFFICIENT MANAGEMENT OF ENERGY NETWORKS”,acrónimo LIFE\_OPERE, cofinanciado por el programa europeo LIFE y codificado como LIFE12-ENV-ES-001173.

## 2. ANTECEDENTES

Los antecedentes de este documento se encuentran:

- En la convocatoria de proyectos realizada en el programa **LIFE** en el año 2012
- En la solicitud presentada a dicha convocatoria por el consorcio liderado por la Universidad de Santiago de Compostela, en adelante, USC .
- En la cofinanciación de dicho proyecto por la **CE**.
- Requisitos de la convocatoria

## 3. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

### 3.1. RESUMEN

El proyecto titulado “Efficient management of energy networks” fué presentado a la convocatoria de 2012 del programa LIFE y ,por lo tanto, en su ejecución se deben cumplir las normas promoción y difusión d de dicha convocatoria.

El proyecto tiene como objetivo la implantación de sistemas gestión eficientes de redes de energía. El proyecto utiliza como piloto un conjunto de edificios de la USC con diferentes usos (residencia de estudiantes, sedes departamentos, laboratorios, aulas, etc) e instalaciones técnicas envejecidas pero automatizadas alimentadas con gas-oil y gas natural a través de un planta de cogeneración. En el proyecto , después de los correspondientes estudios y simulaciones, se diseñarán y analizarán diversas estrategias de ahorro y eficiencia energética para validar su impacto medioambiental, socioeconómico y el retorno de la inversión a realizar. Para ello, se diseñará e implantará el sistema de gestión energética necesario, mejorando el sistema existente.

El proyecto LIFE\_OPERE está siendo desarrollado por los socios USC y EnergyLab , un centro tecnológico de eficiencia y sostenibilidad energética.

### 3.2. DURACIÓN DEL PROYECTO

La duración del proyecto es de unos 42 meses, desde Julio de 2013 hasta Diciembre de 2016.

## 4. PLAN DE COMUNICACIÓN :PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL PROYECTO

El plan de comunicación del proyecto es un documento que contiene la descripción de los trabajos de promoción y difusión de los objetivos, resultados esperados, actividades del proyecto, su alcance, planificación temporal, público objetivo y presupuesto estimado para realizar dichos trabajos. Su objetivo es promover y difundir el proyecto de un modo lo más completo posible.

La descripción del Plan de Comunicación se ha estructurado en los siguientes apartados que se citan a continuación y se describen más adelante:

1. Objetivos
2. Público objetivo.
3. Mensajes a comunicar.
4. Estrategia
5. Acciones
6. Cronograma.
7. Recursos
8. Presupuesto.
9. Indicadores. Metodología de evaluación.
10. Requisitos de promoción y difusión de la convocatoria.

### 4.1. OBJETIVOS

Los objetivos del Plan de Comunicación son:

- Promover y facilitar el conocimiento del público en general, organismos públicos y empresas, administraciones local y autonómica sobre el proyecto LIFE\_OPERE, sus objetivos, resultados esperados y acciones a desarrollar, así como su impacto medioambiental y socioeconómico
- Contribuir a la difusión del programa LIFE y sus objetivos.
- Divulgar la importancia del consumo energético en edificios y dentro de ellos los edificios del sector terciario como grandes consumidores de energía, y la necesidad de medidas de ahorro y eficiencia energética en este sector.
- Difundir y afianzar el papel del sector público como pionero y ejemplo a seguir.
- Potenciar la colaboración con empresas, instituciones, organismos públicos y privados, relacionados con el sector energético, para intercambiar experiencias y conocimientos que enriquezcan el proyecto y ayuden a aumentar su impacto medioambiental y socioeconómico
- Difundir el mensaje de que todos estamos implicados y debemos comprometernos con las medidas de ahorro, eficiencia energética y sostenibilidad.

## 4.2. PÚBLICO OBJETIVO

### ❖ **Público general.** Dentro de éste distinguimos tres categorías:

- Entorno inmediato.

Está formado por los usuarios de los diferentes centros implicados en el piloto de demostración que se hará en el proyecto. Se prevé hacer llegar la información a estos usuarios a través de los paneles de información que se colocarán en dichos centros, folletos, la web del proyecto y otras informaciones difundidas de modo general.

- Entorno universitario

El resto de la comunidad universitaria recibirá la información a través de los canales habituales y a través del portal web de la USC y del proyecto y revista de actualidad universitaria

- Entorno metropolitano

Formado por los habitantes del entorno metropolitano de Santiago de Compostela, cuyas fuentes de información habituales son los periódicos de interés regional, La Voz de Galicia, El Correo Gallego, entre otros, sin descartar a periódicos de tirada nacional como El País o El Mundo. A priori, consideramos que los dos primeros periódicos tienen un gran poder de difusión metropolitano y regional y se utilizarán en la difusión de las noticias.

- Entorno autonómico

Se informará a los habitantes de Galicia a través de los periódicos habituales, La Voz de Galicia, La Región, El Progreso y otros periódicos de tirada nacional.

- Entorno nacional.

El interés del público residente en el resto de España será menor y el esfuerzo de difusión se hará a través del portal web del proyecto, y revistas electrónicas especializadas

### ❖ **Público institucional.** Personas que trabajan en Administraciones Locales, Administración autonómica, agencias o entes públicos del entorno gallego serán contactados para informarles del proyecto a través de contacto directo vía correo electrónico.

Otros contactos con organismos públicos de otras autonomías se harán una vez elaborada una lista de organismos a los que difundir los resultados del proyecto.

### ❖ **Público experto.** Integrado por los expertos del sector de la energía y el medioambiente, la edificación, así como los expertos universitarios y de centros tecnológicos. La información a este sector se hará de forma directa, a través de eventos y de información especializada.

### 4.3. MENSAJES A COMUNICAR.

- Son necesarias medidas de ahorro en el sector de los edificios terciarios de gran consumo.
- Hace falta evaluar el potencial de ahorro y eficiencia energética de dicho sector y particularizar las medidas para aprovecharlo.
- LIFE\_OPERE valida distintas estrategias de ahorro y eficiencia energética para comprobar su retorno de inversión e impacto.
- La cooperación entre la USC y Energylab como factor determinante promoción, definición y realización del proyecto LIFE\_OPERE
- El sector público debe marcar el camino a seguir ahorro y eficiencia energética e informar a la ciudadanía de su potencial.
- La cooperación público privada debe potenciarse para acelerar e incrementar los efectos medioambientales y socioeconómicos de las medidas de ahorro y eficiencia energética.
- La inversión en este tipo de medidas tiene efectos multiplicadores positivos.

### 4.4. ESTRATEGIA

La Estrategía a seguir será la siguiente:

- a) Se realizará una búsqueda de proyectos europeos, nacionales relacionados con el ahorro y la eficiencia energética en el ámbito del proyecto para hacer una lista de contactos para intercambio de experiencias (“networking”)
- b) Se mejorará, ampliara la lista de difusión de contactos institucionales y empresas de los sectores relacionados con la energía y el medioambiente.
- c) Se informará a los gabinetes de comunicación de la USC y de EnergyLab de las características principales del proyecto.
- d) Se canalizarán las comunicaciones a los medios de comunicación a través de los Gabinetes de Comunicación de la USC y EnergyLab.
- e) Las invitaciones institucionales se harán a través de la Secretaría del Rector de la USC y de la Dirección de EnergyLab.
- f) Se seleccionarán una serie de jornadas del sector para difundir el proyecto y se planificará la participación de acuerdo con las características del evento, la información a difundir y el presupuesto y disponibilidad de recursos.
- g) Se planificarán jornadas técnicas, en cooperación con otros proyectos u organismos, teniendo en cuenta la marcha del proyecto, las posibles sinergias y la disponibilidad de los miembros de los equipos del proyecto y los colaboradores expertos del sector.
- h) Se mantendrán actualizado el portal web y a los medios informativos cada vez que se produzca un evento del proyecto.
- i) Se darán instrucciones a los miembros del equipo del proyecto para difundir el proyecto entre sus contactos a nivel europeo o como consecuencia de otras actividades o proyectos que desarrollen.



## 4.5. ACCIONES

Para el desarrollo del Plan de Comunicación del proyecto se han planificado las siguientes acciones:

- desarrollo de la imagen corporativa del proyecto
  - desarrollo del portal web del proyecto
  - elaboración de contenidos web
  - elaboración de documentación técnica
  - elaboración de artículos en revistas especializadas
  - mantenimiento de la web
  - jornada de lanzamiento del proyecto
  - jornada de cierre del proyecto
  - jornadas de promoción y difusión
  - asistencia y participación en eventos
  - elaboración de notas de prensa
  - elaboración de documentación para prensa
  - elaboración de material de promoción y difusión
  - elaboración de paneles informativos
  - elaboración del informe Layman
- 
- Se creará para el proyecto una imagen corporativa que se empleará en el portal web y en toda la documentación electrónica de promoción y difusión que se elabore. Responsable: USC
  - Se reservarán dominios web, se desarrollará un portal web en al menos 2 idiomas , español e inglés y se alojará en una empresa especializada en este tipo de servicios. Responsable: USC
  - Se elaborarán contenidos para la web a lo largo de toda la duración del proyecto y se actualizará el portal a través de las acciones de elaboración de contenidos y mantenimiento del portal web. Responsable: USC.
  - Se publicará un documento técnico con los resultados del proyecto, como guía para que otros organismos puedan aprovechar sus resultados, y otras publicaciones técnicas de menor entidad. Responsable: USC
  - Se publicarán artículos en revistas especializadas sobre algunos de los temas y resultados del proyecto. Responsable: USC
  - Jornada de lanzamiento del proyecto, Acto de presentación del proyecto. Se realizará en dependencias de la USC en Santiago de Compostela. Se invitará a administraciones, empresas y público. Responsable: USC
  - Jornada de cierre de proyecto y presentación de resultados. Se realizará en locales de la USC en Santiago de Compostela. Se invitará a Administraciones, empresas, organismos y público en general. Responsable: USC
  - Jornadas de promoción y difusión. Se realizarán dos durante la duración del proyecto a ser posible en cooperación con otros organismos para aumentar el impacto. Una se celebrará en Santiago de Compostela y la otra en Madrid para facilitar la asistencia a los miembros de los sectores potencialmente interesados. Responsable: USC

- Asistencia y participación de miembros del equipo de proyecto en eventos o foros especializados que organicen a nivel nacional o europeo el sector energético, la universidad, u organismos públicos, para aprovechar plataformas ya establecidas y de prestigio para dar a conocer el proyecto, en lugar de organizar un evento específico. Se prevé asistir a lo largo de la duración del proyecto a cuatro eventos. Colaboran los dos socios. Responsable: USC
- Desde el inicio del proyecto hasta la presentación de sus conclusiones se promoverá la publicación por los medios de reportajes, entrevistas y otras piezas, tanto siguiendo un programa como aprovechando acontecimientos de actualidad vinculables a los objetivos del proyecto, para mantener un goteo informativo. Se elaborarán notas de prensa y documentación para los medios para ayudar en esta tarea. Responsable : USC
- Elaboración y distribución de diversos documentos sobre el proyecto( tríptico, folletos, material técnico) para promoverlo y difundirlo. Contendrán información general y especializada en varios formatos y soportes. Responsable: USC
- Elaboración de paneles informativos del proyecto según los requisitos de la convocatoria LIFE. Serán realizados por el equipo de la USC de acuerdo con la imagen corporativa diseñada. Responsabilidad: USC
- Elaboración del informe Layman según los requisitos de la Convocatoria LIFE a desarrollar en los últimos meses del proyecto. Responsable: EnergyLab

#### 4.6. CRONOGRAMA

El cronograma adjunto muestra la planificación temporal de las acciones previstas en el proyecto.

La jornada de lanzamiento del proyecto se realizará en el mes de Marzo de 2014, cuando el proyecto ya debería haber superado su etapa inicial. La jornada de cierre de proyecto se prevé para Diciembre de 2016.

Se ha procurado espaciar temporalmente las jornadas de promoción y difusión y la asistencia a eventos organizados por terceros para mantener la presencia informativa.

Asimismo, se prevé un contacto periódico y permanente con los medios de comunicación y la emisión a lo largo de todo el proyecto de notas informativas y la elaboración de documentación específica para dichos medios.

El desarrollo de los elementos de la imagen corporativa, guía de estilo, contenidos web, plantillas de documentación electrónica para la promoción y difusión se planifican entre el último trimestre de 2013 y el primero del 2014 y se mantienen a lo largo del proyecto. El diseño y desarrollo del portal está coordinado con la existencia y desarrollo de la imagen corporativa y los contenidos y documentación electrónica.



PLAN DE COMUNICACIÓN	AÑO 2013												AÑO 2014												AÑO 2015												AÑO 2016												
Acciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Imagen corporativa/guia de estilo																																																	
portal web																																																	
Elaboración de contenidos web																																																	
mantenimiento de la web																																																	
jornada de lanzamiento del proyecto																																																	
jornada de cierre del proyecto																																																	
jornadas de difusión																																																	
Asistencia a eventos																																																	
publicaciones técnicas																																																	
informe Layman																																																	
articulos revistas técnicas																																																	
elaboración de notas y doc.de prensa																																																	
paneles informativos																																																	
material de promoción y difusión																																																	

#### 4.7. RECURSOS

Para el desarrollo del Plan de Comunicación del proyecto, se ha planificado utilizar los siguientes recursos:

- Infraestructuras, Instalaciones y medios de los socios del proyecto
- Miembros del equipo del proyecto.
- Personal cualificado e identificado de los socios del proyecto para ayuda en tareas complementarias
- Gabinetes de comunicación de los socios
- Infraestructuras e instalaciones y medios externos

Cada uno de los socios tiene un gabinete de comunicación por lo que las noticias a los medios se coordinarán a través del gabinete de comunicación del líder del proyecto.

Para la realización de las jornadas de lanzamiento y cierre del proyecto y las jornadas técnica, se ha pensado en utilizar en alguna de ellas instalaciones de los socios del proyecto, como, por ejemplo, salones de actos de Centros de la USC o de Energylab, o instalaciones externas como Salones de Actos de hoteles u otros Organismos (Fundaciones, Ayuntamientos, etc). Se han reservado en el presupuesto dinero para utilizar instalaciones externas para diversificar geográficamente la difusión del proyecto.

Los miembros del equipo del proyecto de los socios apoyarán las acciones de promoción y difusión de acuerdo con su participación y responsabilidades en el proyecto. Se encargarán de realizar, coordinar y colaborar en los trabajos necesarios para realizar las acciones previstas.

En alguna de las acciones, podrán colaborar personal cualificado de los socios, relacionado con el proyecto y que no son miembros del equipo, así como expertos externos.

La asignación de funciones y responsabilidades para el desarrollo del Plan de Comunicación es la siguiente:

Los socios, USC y EnergyLab colaboran en desarrollo, gestión y coordinación del Plan de Comunicación de acuerdo con sus capacidades y competencias.

El seguimiento y supervisión de los trabajos se realiza a través del Comité Técnico del proyecto y, en caso necesario, por el Comité de Dirección.

La imagen corporativa con todos sus elementos, el desarrollo y mantenimiento de la web, y la elaboración de contenidos para el portal Web, la elaboración de material electrónico de promoción y difusión de son tareas a desarrollar por la USC.

Los socios colaboran en la organización de Jornadas de promoción y difusión, las jornadas de lanzamiento y cierre de proyecto y la participación en eventos externos a través de los miembros del equipo de proyecto y los gabinetes de comunicación y otros servicios técnicos o administrativos que puedan ser de utilidad. La misma colaboración se aplica a la elaboración de documentación de promoción y difusión.

Cada uno de los socios tiene un gabinete de comunicación por lo que las noticias a los medios se coordinarán a través del gabinete de comunicación del líder del proyecto.

#### 4.8. PRESUPUESTO

El presupuesto del plan de comunicación se resume en la siguiente tabla:

RESUMEN ACCION D.- Acción de Comunicación									
Acción	Personal	Viajes	Asist. Ext.	Equipos	Consum.	Otros	SubTotales	Totales	
D.1.	USC	15.625	0	7.000	0	0	22.625	25.560	
	ELAB	2.935	0	0	0	0	2.935		
D.2.	USC	0	0	0	1.500	0	1.500	6.120	
	ELAB	4.320	0	0	300	0	4.620		
D.3.	USC	0	0	1.300	0	2.000	3.300	8.057	
	ELAB	4.757	0	0	0	0	4.757		
D.4.	USC	26.050	0	1.500	0	0	27.550	66.066	
	ELAB	28.016	0	5.000	0	5.500	38.516		
D.5.	USC	24.875	6.450	0	0	6.400	9.400	63.143	
	ELAB	5.048	8.170	0	0	800	2.000		
TOTALES	USC	66.550	6.450	9.800	0	9.900	9.400	102.100	
	ELAB	45.076	8.170	5.000	0	6.600	2.000		
		111.626	14.620	14.800	0	16.500	11.400	168.946	

1. PERSONAL							
Acción	Benef.	Tipo de Contrato		Daily rate	Nº pers/día	Gastos dir. Personal	
D.1.	USC	JT	CT3	125	125	15.625	
	<i>Personal USC - D1</i>						15.625
	ELAB	T	ING SUP	155	5	775	
	ELAB	ST	PR M COM	216	10	2.160	
	<i>Personal ELAB - D1</i>						2.935
<b>TOTAL Personal D1</b>						<b>18.560</b>	
D.2.	USC					0	
	<i>Personal USC - D2</i>						0
	ELAB	T	ADMINIST	108	40	4.320	
<i>Personal ELAB - D2</i>						4.320	

	<b>TOTAL Personal D2</b>					<b>4.320</b>
<b>D.3.</b>	USC					0
	<b>Personal USC - D3</b>					<b>0</b>
	ELAB	T	ING SUP	155	7	1.085
	ELAB	ST	PR M COM	216	12	2.592
	ELAB	T	ADMINIST	108	10	1.080
	<b>Personal ELAB - D3</b>					<b>4.757</b>
	<b>TOTAL Personal D3</b>					<b>4.757</b>
<b>D.4.</b>	USC	T	JT	205	50	10.250
	USC	T	JRR	255	20	5.100
	USC	T	JVP	205	40	8.200
	USC	JT	CT1	125	20	2.500
	<b>Personal USC - D4</b>					<b>26.050</b>
	ELAB	T	ING SUP	172	70	12.040
	ELAB	ST	PR M IN	224	26	5.824
	ELAB	ST	PR M COM	216	21	4.536
	ELAB	T	ADMINIST	108	52	5.616
	<b>Personal ELAB - D4</b>					<b>28.016</b>
<b>TOTAL Personal D4</b>					<b>54.066</b>	
<b>D.5.</b>	USC	ST	JA	255	5	1.275
	USC	T	JRR	255	20	5.100
	USC	T	JT	205	5	1.025
	USC	T	JVP	205	30	6.150
	USC	T	JT	205	40	8.200
	USC	JT	CT1	125	25	3.125
	<b>Personal USC - D5</b>					<b>24.875</b>
	ELAB	ST	PR M IN	224	10	2.240
	ELAB	ST	PR M COM	216	13	2.808
	<b>Personal ELAB - D5</b>					<b>5.048</b>
<b>TOTAL Personal D5</b>					<b>29.923</b>	
<b>TOTALES</b>	<b>TOTAL Personal Acción D - USC</b>					<b>66.550</b>
	<b>TOTAL Personal Acción D - ELAB</b>					<b>45.076</b>
	<b>TOTAL Personal Acción D</b>					<b>111.626</b>

<b>2. VIAJES</b>						
Acción	Ben.	Destino	nº viajes / personas / duración (días)	Gastos Viaje	Gastos Estancia	Total
<b>D.1.</b>	USC					0
	ELAB					0
	<b>TOTAL Viajes - D1</b>					<b>0</b>
<b>D.2.</b>	USC					0
	ELAB					0
	<b>TOTAL Viajes - D2</b>					<b>0</b>
<b>D.3.</b>	USC					0
	ELAB					0
	<b>TOTAL Viajes - D3</b>					<b>0</b>
<b>D.4.</b>	USC					0
	ELAB					0
	<b>TOTAL Viajes - D4</b>					<b>0</b>
<b>D.5.</b>	USC	Eventos 1/1/3 nac.	1 viaje/1 pers./3 días	700	150	850

	USC	Difusión nacionales	3 viajes/2 pers./ 2 días	1800	400	2.200
	USC	Difusion europa	2 viajes/ 2 pers./ 3 días	2800	600	3.400
	<b>Viajes USC - D5</b>			<b>5.300</b>	<b>1.150</b>	<b>6.450</b>
	ELAB	Vigo/Europa	1 viaj./1 pers./2 días (cong.)	600	350	950
	ELAB	Vigo/Europa	2 viaj./1 pers./3 días (difus.)	1000	1200	2.200
	ELAB	Vigo/España	2 viaj./2 pers./2 días (difus.)	1800	1120	2.920
	ELAB	Vigo/Esp. (Madrid)	1 viaj./3 pers./2 días	1200	480	1.680
	ELAB	Vigo/Santiago	3 viajes/3 pers./ 1 día	180	240	420
	<b>Viajes ELAB - D5</b>			<b>4.780</b>	<b>3.390</b>	<b>8.170</b>
	<b>TOTAL Viajes - D5</b>					<b>14.620</b>
<b>TOTALES</b>	<b>TOTAL Viajes Acción D - USC</b>					<b>6.450</b>
	<b>TOTAL Viajes Acción D - ELAB</b>					<b>8.170</b>
	<b>TOTAL Viajes Acción D</b>					<b>14.620</b>

3. ASISTENCIA EXTERNA						
Acción	Ben.	Procedimiento	Descripción	Costes		
D.1.	USC	A. Directa	Servicio Hosting y alquiler dominio	1.000		
	USC	A. Directa	Diseño estilo web proyecto	5.000		
	USC	A. Directa	Traducción contenidos web	1.000		
	<b>Asistencia Externa USC - D1</b>			<b>7.000</b>		
	ELAB			0		
	<b>Asistencia Externa ELAB - D1</b>			<b>0</b>		
<b>TOTAL Asistencia Externa D1</b>					<b>7.000</b>	
D.2.	USC			0		
	ELAB			0		
	<b>TOTAL Asistencia Externa D2</b>					<b>0</b>
D.3.	USC	A. Directa	Traducción contenidos LAYMAN	500		
	USC	A. Directa	Diseño informe LAYMAN	800		
	<b>Asistencia Externa USC - D3</b>			<b>1.300</b>		
	ELAB			0		
	<b>Asistencia Externa ELAB - D3</b>			<b>0</b>		
<b>TOTAL Asistencia Externa D3</b>					<b>1.300</b>	
D.4.	USC	A. Directa	Traducción jornadas técnicas	500		
	USC	A. Directa	Traducción contenidos folletos generales	100		
	USC	A. Directa	Diseño folletos generales proyecto	300		
	USC	A. Directa	Diseño material jornadas	600		
	<b>Asistencia Externa USC - D4</b>			<b>1.500</b>		
	ELAB	A. Directa	Traducción publicación	3.000		
	ELAB	A. Directa	Diseño y maquetación publicación 100 hojas	2.000		
	<b>Asistencia Externa ELAB - D4</b>			<b>5.000</b>		
<b>TOTAL Asistencia Externa D4</b>					<b>6.500</b>	
D.5.	USC			0		
	<b>Asistencia Externa USC - D5</b>			<b>0</b>		
	ELAB			0		
	<b>Asistencia Externa ELAB - D5</b>			<b>0</b>		
<b>TOTAL Asistencia Externa D5</b>					<b>0</b>	
<b>TOTALES</b>	<b>TOTAL Asistencia Externa Acción D - USC</b>					<b>9.800</b>
	<b>TOTAL Asistencia Externa Acción D - ELAB</b>					<b>5.000</b>
	<b>TOTAL Asistencia Técnica Acción D</b>					<b>14.800</b>

4. EQUIPOS					
Acción	Ben.	Procedimiento	Descripción	Coste Act.	Deprec.
D.1.	USC			0	0
	ELAB			0	0
	TOTAL Equipos- D1			0	0
D.2.	USC			0	0
	ELAB			0	0
	TOTAL Equipos - D2			0	0
D.3.	USC			0	0
	ELAB			0	0
	TOTAL Equipos - D3			0	0
D.4.	USC			0	0
	ELAB			0	0
	TOTAL Equipos - D4			0	0
D.5.	USC			0	0
	ELAB			0	0
	TOTAL Equipos - D5			0	0
TOTALES	TOTAL Equipos Acción D - USC			0	0
	TOTAL Equipos Acción D - ELAB			0	0
	TOTAL Equipos Acción D			0	0

5. CONSUMIBLES					
Acción	Ben.	Procedimiento	Descripción	Costes	
D.1.	USC			0	
	ELAB			0	
	TOTAL Consumibles- D1			0	
D.2.	USC	A. Directa	Paneles LIFE 5	1.500	
	<i>Asistencia Externa USC - D2</i>			1.500	
	ELAB	A. Directa	Impresión paneles informativos LIFE+	300	
	<i>Asistencia Externa ELAB - D2</i>			300	
	TOTAL Consumibles - D2			1.800	
D.3.	USC	A. Directa	Informe LAYMAN	2.000	
	<i>Asistencia Externa USC - D3</i>			2.000	
	ELAB			0	
	<i>Asistencia Externa ELAB - D3</i>			0	
TOTAL Consumibles - D3			2.000		
D.4.	USC			0	
	<i>Asistencia Externa USC - D4</i>			0	
	ELAB	A. Directa	Envío por correos de guías en papel	1.500	
	ELAB	A. Directa	Impresión 1000 guías	4.000	
	<i>Asistencia Externa ELAB - D4</i>			5.500	
TOTAL Consumibles - D4			5.500		
D.5.	USC	A. Directa	Prensa	1.800	
	USC	A. Directa	Informe resultados	1.000	
	USC	A. Directa	Memorias USB (500)	2.500	
	USC	A. Directa	Material técnico jornadas	600	
	USC	A. Directa	Bolígrafos (300)	300	
	USC	A. Directa	Trípticos eventos	200	



			<i>Asistencia Externa USC - D5</i>	<b>6.400</b>
	ELAB	A. Directa	Envío correos contactos con folletos	800
			<i>Asistencia Externa ELAB - D5</i>	<b>800</b>
			<b>TOTAL Consumibles - D5</b>	<b>7.200</b>
<b>TOTALES</b>			<b>TOTAL Consumibles Acción D - USC</b>	<b>9.900</b>
			<b>TOTAL Consumibles Acción D - ELAB</b>	<b>6.600</b>
			<b>TOTAL Consumibles Acción D</b>	<b>16.500</b>

<b>6. OTROS COSTES</b>					
Acción	Ben.	Procedimiento	Descripción	Costes	
D.1.	USC			0	
	ELAB			0	
				<b>TOTAL Otros - D1</b>	<b>0</b>
D.2.	USC			0	
	ELAB			0	
				<b>TOTAL Otros - D2</b>	<b>0</b>
D.3.	USC			0	
	ELAB			0	
				<b>TOTAL Otros - D3</b>	<b>0</b>
D.4.	USC			0	
	ELAB			0	
				<b>TOTAL Otros - D4</b>	<b>0</b>
D.5.	USC	A. Directa	Evento cierre Roller (2)	150	
	USC	A. Directa	Evento cierre cocktail	500	
	USC	A. Directa	Envío correo contactos con folletos	800	
	USC	A. Directa	Jornadas técnicas alquiler (2)	2.000	
	USC	A. Directa	Evento cierres. Alquileres, etc.	1.000	
	USC	A. Directa	Evento aperturas. Alquileres, etc.	1.000	
	USC	A. Directa	Inscripciones a congresos internacion.	2.000	
	USC	A. Directa	Evento apertura Roller (2)	150	
	USC	A. Directa	Evento cierre cocktail	500	
	USC	A. Directa	Jornadas técnicas cocktail (2)	1.000	
	USC	A. Directa	Jornadas técnicas Roller (2)	300	
				<i>Asistencia Externa USC - D5</i>	<b>9.400</b>
	ELAB	A. Directa	Inscripciones a congresos internacion.	2.000	
				<i>Asistencia Externa ELAB - D5</i>	<b>2.000</b>
			<b>TOTAL Consumibles - D5</b>	<b>11.400</b>	
<b>TOTALES</b>			<b>TOTAL Otros Acción D - USC</b>	<b>9.400</b>	
			<b>TOTAL Otros Acción D - ELAB</b>	<b>2.000</b>	
			<b>TOTAL Otros Acción D</b>	<b>11.400</b>	

El presupuesto del plan de comunicación se ha estructurado en los siguientes conceptos:

- Personal
- Equipos
- Material fungible
- Viajes y dietas
- Servicios externos
- Otros gastos

En los apartados equipos y otros, no hemos considerado gastos ya que no se preveen. En el apartado material fungible consideramos el material de promoción y difusión de apoyo a las jornadas de lanzamiento, cierre y difusión del proyecto. Entre ellas incluimos, bolígrafos, memorias USB, carpetas, blocs, folletos diversos, etc.

En el apartado de servicios externos presupuestamos los siguientes apartados:

- a) Material técnico jornadas.- Incluye el alquiler del soporte con material audiovisual en las jornadas.
- b) Alquileres y catering.- Presupuesto estimado para el alquiler de las salas y los servicios de catering para celebración de las jornadas.
- c) Traducciones.- Presupuesto estimado a servicios externos de traducción al inglés de los contenidos del portal web y el material de promoción y difusión del proyecto.
- d) Invitaciones a expertos.- Presupuesto reservado a personas relevantes para la promoción y difusión del proyecto, ya sean por su impacto en la participación en las jornadas de difusión, como por su impacto e influencia a través de medios de comunicación.
- e) Inscripciones en eventos.- partida reservada para los costes de inscripción en participación en eventos de interés para el proyecto como plataforma de promoción y difusión.
- f) Dominio web y alojamiento del portal.- Coste estimado de las reservas de los dominios web del proyecto y el alojamiento en servidores de una empresa especializada.
- g) Medios de comunicación.- Partida reservada a fomentar la aparición de noticias del proyecto en medios de comunicación.

Personal.- En esta partida se presupuestan el coste estimado de la dedicación del personal de los socios al Plan de Comunicación según los trabajos que realizan o está previsto realizar en las actividades del Plan.

Una gran parte de los trabajos de las acciones del Plan de Comunicación los realizará la USC de ahí el gran coste de su personal en el presupuesto estimado en este concepto y el menor de los otros socios. Se ha estimado un presupuesto idéntico para ellos, por no ser posible distinguir diferencias en sus funciones en las acciones de difusión a celebrar en las jornadas y eventos que se organicen o en los que participen.

#### 4.9. INDICADORES. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

Para evaluar y seguir el cumplimiento de los objetivos del Plan de comunicación para la promoción y difusión del proyecto, se han definido los siguientes indicadores:

- indicadores lógicos ,(si/no), para detectar la realización de herramientas de difusión o la realización de las jornadas clave del proyecto :
  - portal web
  - imagen corporativa

- jornada de lanzamiento
- jornada de cierre.
- indicadores numéricos para seguir el desarrollo del proyecto y su impacto social y en los medios de comunicación:
  - Número de visitas al portal web
  - Número de contenidos web desarrollados
  - Número de materiales electrónicos de difusión elaborados
  - Número de jornadas de difusión realizadas
  - Número de asistentes a las jornadas
  - Número de eventos en los que se participó.
  - Número de contactos realizados
  - Número de notas de prensa emitidas
  - Número de medios de comunicación contactados
  - Número de artículos ó programas detectados en medios de comunicación.

INDICADORES DEL PROYECTO								
Acción	Indicador		Resultado esperado		Cantidad	Total Resultado esperado	Resultado	Diferencia
D.1.	D.1.1.	nº de visitas	500	visitas/mes	36	18000		18.000
	D.1.2.	nº de insercciones mensuales en la web	2	al mes		72		72
	D.1.3.	nº de descargas de la web	50	descargas/mes		1800		1.800
	D.1.4.	nº de entradas en la intranet	40	entradas/mes		1440		1.440
	D.1.5.	nº de formularios de contenidos	100	formularios		100		100
	D.1.6.	nº de links a otros proyectos	15			15		15
D.2.	D.2.1.	nº de paneles informativos Life +	6		1	6		6
D.3.	D.3.1.	Nº de informes Layman en papel	500		1	500		500
	D.3.2.	nº de descargas del informe Layman	1000		1	1000		1.000
D.4.	D.4.1.	nº de folletos en versión impresa editados	500	ejemplares español	1	1000		1.000
			500	ejemplares ingles	1			
	D.4.2.	nº de folletos en versión impresa distribuidos	1000	folletos	1	1000		1.000
	D.4.3.	nº de notas de prensa	1	nota al año	3	3		3
	D.4.4.	nº de descargas de kas newsletters	500	descarg/newsletter	1	500		500
	D.4.5.	nº de artículos publicados en rev espec	10	artículos	1	10		10
	D.4.6.	nº de publicaciones especializadas	10	publicaciones	1	10		10
D.4.7.	nº de ejemplares de publicaciones especializadas distribuidos	1000	publicaciones	1	1000		1.000	
D.5.	D.5.1.	nº de eventos de comunicación	3	jornadas	1	3		3
	D.5.2.	nº de asistentes a eventos de comunic.	200	asist jorn apertura	1	200		200
			50	asist jorn técnica	1	50		50
	D.5.3.	nº de ruedas de prensa	3	1 por evento	1	3		3

D.5.4.	nº de medios comunicación asistentes a las ruedas de prensa	5	por rueda de prensa	1	5		5
D.5.5.	nº de apariciones en los medios	10	por rueda de prensa	1	10		10
D.5.6.	nº de congresos científicos asistidos	5	congresos	1	5		5
D.5.7.	nº de congresos científicos organizados	1	jornada técnica	1	1		1
D.5.8.	nº de participación eventos/jornadas	2	Europeos	1	2		2
		2	Nacionales	1	2		2
D.5.9.	nº de trípticos para las jornadas	100	Trípticos	1	100		100
D.5.10.	merchandising para jornadas organizadas y eventos	500	memorias USB	1	500		500
		300	Bolígrafos	1	300		300
D.5.11.	nº de informes para la publicación de los resultados del proyecto	500	Informes	1	500		500

#### 4.10. REQUISITOS DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA.

El Plan de Comunicación cumple con los requisitos generales de las ayudas de cofinanciación de la Comisión Europea ya que en sus acciones :

- Incluye información sobre el programa europeo cofinanciador, el importe de la cofinanciación , su imagen corporativa.
- Se describe el proyecto, sus objetivos, resultados esperados y sus actividades, socios y responsabilidades.
- Se realizan jornadas propias de difusión, se difunde el proyecto asistiendo y participando activamente en otros eventos y se mantiene una presencia periódica en los medios de comunicación.
- Además, cumple los requisitos específicos de la convocatoria de contemplar como público objetivo a informar los colectivos de personas situados en el entorno geográfico cercano y con interés socioeconómico.
- Se contemplan acciones para informar específicamente a organismos públicos, autoridades de los distintos niveles de la Administración y organizaciones empresariales que pueden facilitar el desarrollo del proyecto y sus resultados o su continuación posterior con nuevos desarrollos de más impacto.